

Aproximación a la ética empresarial en Honduras

Ana Cristina Mejía de Pereira



lección Ética e Integridad para el Desarrollo

70
516



Consejo Nacional Anticorrupción





CNA

Consejo Nacional Anticorrupción

Aproximación a la ética empresarial en Honduras

Ana Cristina Mejía de Pereira

170
M51
C.H.

Mejía de Pereira, Ana Cristina.

Aproximación a la ética empresarial en Honduras/Ana Cristina Mejía de Pereira.

--[Tegucigalpa]: Consejo Nacional Anticorrupción/[Publicadoras], [2008]

51 p.

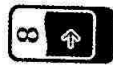
Bibliografía al final de la obra

ISBN: 978-99926-752-2-9

1.- ÉTICA EMPRESARIAL-HONDURAS.

Índice

Presentación	7
1. Algunas definiciones preliminares.....	9
2. Caracterización del sector empresarial del país.....	23
3. Diagnóstico	35
4. Propuesta	45
Bibliografía	51



Colección Ética e Integridad para el Desarrollo

Consejo Nacional Anticorrupción (CNA), 2007.
Tegucigalpa, Honduras

Este documento ha sido elaborado con el apoyo financiero de la *Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI)*. En ningún momento debe considerarse que los análisis y propuestas del mismo expresan la opinión oficial de ASDI.

Supervisión de edición, diseño y diagramación:

Tania C. Martínez

Edición: Leda Chávez

Diseño de portada: Marla Lozano

Diseño y diagramación: Hektor Varela

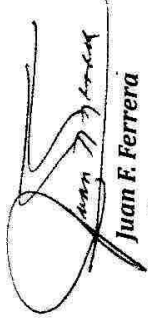
Impreso en: Publicadoras S. de R. L.

Presentación

El Consejo Nacional Anticorrupción (CNA) atendiendo a su mandato de ley de “Proponer políticas, estrategias y planes de acción para prevenir y combatir la corrupción en Honduras” ha iniciado un proceso de generación de conocimiento y análisis propositivo en torno a estudiar a fondo el fenómeno de la corrupción en Honduras, tanto en sus causas y consecuencias, así como un seguimiento y evaluación permanente de las estrategias e instituciones contraloras del Estado de Honduras para conocer su desempeño y desafíos con el fin de buscar los cambios necesarios para lograr mayor eficiencia y eficacia en la lucha contra la corrupción.

Consientes de que hay que convertir la lucha contra la corrupción en un reclamo ciudadano de alcance nacional que provoque una coyuntura óptima para poner en funcionamiento un sistema que, con la dosis adecuada de voluntad política, disminuya significativamente las motivaciones y oportunidades para cometer actos de corrupción, es que ofrece a los ciudadanos y ciudadanas, la presente Colección, gracias al apoyo de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI), denominada *Ética e Integridad para el Desarrollo*, como un insumo y una herramienta analítica y propositiva para que la ciudadanía cuente con el conocimiento necesario para participar de manera consciente e informada en la lucha contra la corrupción.

Los trabajos publicados en esta colección son parte de la labor de investigación y análisis que realiza el CNA, pero quiere ser también un espacio de publicación para todos aquellos ciudadanos y ciudadanas que actualmente están estudiando este fenómeno y presentan propuestas para su comprensión y erradicación. Siendo el CNA una instancia de sociedad civil quiere fortalecer la capacidad de sus organizaciones para demandar y generar mayor capacidad propositiva por la transparencia en Honduras. Por ello, esperamos que los trabajos aquí publicados respondan a las expectativas y requerimientos de conocimiento e información de la ciudadanía en los temas para fortalecer una ética e integridad para el desarrollo en nuestro país.



Juan F. Ferrera
Coordinador del CNA



Algunas definiciones preliminares

El Consejo Nacional Anticorrupción realizó el primer Informe Nacional de Transparencia, en el cual se analizaron las prácticas éticas de diversos sectores nacionales, tanto políticos como administrativos y empresariales, a fin de construir una agenda nacional para su desarrollo en el marco de la Red Nacional de Integridad.

En este contexto, se realizaron entrevistas a líderes de la comunidad empresarial, con el propósito de establecer sus prioridades en este campo; en tal sentido, se propuso una agenda para mejorar la transparencia y las prácticas éticas del sector en Honduras.

Para efectos de la comprensión de este documento, se establecen aquí algunas definiciones básicas para circunscribir el tema y recoger la información estadística disponible sobre la estructura del sector empresarial, también se trata de revisar sus prácticas éticas y el papel que cumplen sus organizaciones con relación a los principales problemas éticos que atañen al quehacer fundamental de las empresas como unidades productivas.

Asimismo, se examinan brevemente los nuevos enfoques a través de los cuales se abordan los problemas éticos empresariales a nivel internacional y que han dado lugar al surgimiento de las nuevas teorías sobre gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial, mismos que servirán como punto de partida para analizar los programas existentes en Honduras en esas áreas, así como su efectividad en afrontar los problemas éticos observados en el sector empresarial hondureño.

Definiciones

Ética empresarial

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada que estudia las reglas y principios éticos dentro de un contexto comercial; los problemas morales o dilemas éticos que pueden surgir en un ambiente de negocios y en cualquier asignación u obligación concerniente a personas involucradas en actividades comerciales de cualquier índole.

En términos generales, la ética empresarial es una disciplina normativa que

invoca estándares éticos particulares para formular juicios de valor acerca de lo que es correcto o incorrecto, o más precisamente, acerca de lo que debe o no debe hacerse ante una situación particular.

Los economistas discrepan acerca del propósito social de un negocio, en tal sentido, hay una extensa discusión académica sobre los deberes éticos de las empresas en la sociedad. Algunas corrientes de pensamiento sugieren que la prioridad de un negocio es garantizar el retorno de las inversiones para sus propietarios, o en el caso de una corporación, para sus accionistas. Desde este punto de vista, sólo aquellas actividades que aumentan la rentabilidad y el valor para los accionistas son legítimas.

Se cree que las únicas compañías que sobreviven en un mercado competitivo son aquellas que antepone la maximización de utilidades sobre todo lo demás. Sin embargo, el interés propio requiere que una empresa obedezca la ley y se adhiera a las reglas morales básicas, porque las consecuencias de no hacerlo pueden resultar en sanciones, multas, pérdida de licencias o en daños a la reputación de las empresas¹.

Otros académicos consideran que una empresa tiene deberes morales que

van más allá de servir a los intereses de sus propietarios o accionistas, y que estos deberes consisten simplemente en obedecer la ley. Ellos creen que una empresa tiene responsabilidades morales con las llamadas partes interesadas —gente que tiene un interés en la conducta de la empresa como un todo— lo que incluye a los empleados, clientes, vendedores y la comunidad local; incluso, la sociedad en su conjunto. Consideran que estas partes interesadas tienen ciertos derechos que se relacionan con la manera en que el negocio opera y algunos sugieren que estos derechos se extienden a la forma en cómo se gobierna la empresa.

También, existen profesionales que han adaptado la teoría del contrato social a los negocios, en donde las empresas se convierten en asociaciones cuasi democráticas y se confiere una voz a los empleados y a otras partes interesadas sobre las operaciones de la empresa. En la práctica, este tipo de arreglos se ha iniciado en Europa.

Este enfoque se ha vuelto especialmente popular después del resurgimiento de la teoría contractual en filosofía política, que se debe principalmente a la obra cumbre de John Rawls², *Una teoría de justicia*, y al advenimiento del movimiento de calidad que surgió en los años 80.

Los profesores Thomas Donaldson y Thomas Dunfee³ propusieron una versión para los negocios que llamaron "Teoría de los Contratos Sociales Integrales". Su propuesta consiste en que los intereses en conflicto se resuelven mejor formulando un acuerdo justo entre las partes, usando una combinación de: 1) macro principios que toda persona racional aceptará como principios universales y 2) micro principios formulados con acuerdos reales entre las partes interesadas.

Los críticos aducen que los autores de esta teoría omiten un tema central: que una empresa es la propiedad de alguien determinado y no un mini Estado o un medio de distribución de justicia social.

Los temas éticos también pueden surgir cuando las compañías deben cumplir con múltiples y a veces conflictivos estándares legales o culturales, como en el caso de las compañías multinacionales que operan en diversos países con prácticas variadas. El tema surge, por ejemplo, cuando se piensa si la empresa debe obedecer la ley de su país de origen o debe cumplir las leyes menos estrictas del país, en vías de desarrollo, en donde hace negocios.

Para ilustrar este punto, podemos mencionar que Estados Unidos prohíbe a las empresas pagar sobornos, ya sea

domésticamente o en el extranjero, sin embargo, en algunos países del mundo el soborno es una costumbre aceptable en los negocios.

Similares problemas surgen con relación a la seguridad ocupacional, los horarios de trabajo, la discriminación, las leyes de protección ambiental y el trabajo infantil (en Estados Unidos, la empresa maquiladora Kathy Lee tuvo problemas debido a la contratación de menores de edad dentro de una de sus empresas en Honduras).

En este contexto, ocasionalmente la Ley de Gresham⁴ de la ética se aplica en el sentido de que las malas prácticas éticas desplazan a las buenas prácticas. Es decir, que en un ambiente de negocios competitivo las compañías que sobreviven son las que reconocen que su único rol es maximizar las utilidades y la competencia; además, estimula una espiral ética descendente, lo que nos lleva a concluir que en un sentido ético los objetivos de la empresa deben estar orientados a reconocer que sus operaciones afectan su entorno y que deben tomarlo en consideración.

Para los fines de esta investigación, es importante determinar el alcance de las prácticas que son incompatibles con los estándares sociales y éticos. Prácticas que surgen en los negocios y que afectan las relaciones entre em-

1. El economista Milton Friedman fue un destacado líder que propuso esta visión.

2. John Rawls (1921-2002) fue uno de los teóricos políticos de izquierda más importantes del siglo.

3. Thomas Donaldson y Thomas Dunfee. *The Ties that Bind: A Social Contract Approach to Business Ethics*, Harvard University Business School Press, 1999.

4. Ver en "Economía: La Ley de Gresham: La moneda mala desplaza a la buena".

presas, entre éstas y el Estado o entre las empresas y la sociedad.

Algunos ejemplos de prácticas corruptas o que producen dilemas éticos, incluyen:

En la administración financiera y contabilidad:

- Contabilidad creativa, ocultamiento de utilidades, análisis financiero fraudulento o engañoso.
- Uso de información privilegiada en mercados de valores, fraudes en valores, estafas con divisas, manipulación criminal de mercados financieros.
- Compensación ejecutiva concerniente a las remuneraciones excesivas de gerentes generales o presidentes ejecutivos de empresas.
- Sobornos, comisiones, pagos por facilitación; a pesar de que a corto plazo estas prácticas podrían considerarse como relativas a los intereses de la empresa y sus acciones, a largo plazo atentan contra la competencia y son ofensivas para los valores de la sociedad.

En la administración de recursos humanos:

- Discriminación sobre la base de edad, género, raza, religión, discapacidades, peso y atractivo físico, la acción afirmativa y el acoso sexual.
- Manipulación de las instancias de

representación de los empleados y la democratización del ambiente de trabajo, como la destrucción de sindicatos y el rompimiento de huelgas.

- Violaciones a la privacidad de los empleados, por ejemplo: vigilancia en las áreas de trabajo, pruebas antidrogas, exámenes obligatorios de VIH, etc.
- Privacidad del empleador, como la existencia de soplonos.
- Falta de equidad en el contenido de los contratos y desequilibrios en el balance de poder entre el empleador y el empleado: esclavitud, servidumbre, leyes de trabajo.
- Descuido deliberado en las medidas sobre salud y seguridad ocupacional.

En las ventas y el mercadeo:

- Determinación de los precios: discriminación de precios y altos costos de introducción para los productos que posteriormente se van reduciendo de forma planificada.
- Prácticas anticompetitivas, tácticas para manipular la lealtad de los consumidores y romper las cadenas de distribución de los productos de la competencia.
- Tácticas abusivas de mercadeo: promover un producto dañino bajo la apariencia de ser amigable con el ambiente, ofrecer un producto a precio de oferta y al presentarse el consumidor sostener que se ha ago-

nuevas tecnologías; alimentos genéticamente modificados, radiación en la telefonía móvil.

- Pruebas de nuevos productos en violación a los derechos de los animales y métodos de experimentación que incluyen el uso de grupos en situación económica precaria como sujetos de estudio.

En la propiedad intelectual, del conocimiento y habilidades:

- Violación de patentes, derechos de autor, marcas registradas, mal uso de los sistemas de propiedad intelectual para evitar competencia y registro indebido de marcas.
- Robo de empleados.
- La práctica de emplear a las personas más talentosas de un campo específico sin necesitarlos y sólo para prevenir que un competidor pueda contratarlos.

- Bioprospectiva y biopiratería⁶.
- Uso de inteligencia sobre negocios competidores y espionaje industrial.

En las relaciones internacionales:

- Prácticas comerciales internacionales desleales, como el uso de precios de transferencia.

tado para ofrecerle un producto similar de mayor precio, comprar los propios productos para elevar artificialmente los precios, ventas por referencias recompensadas, "spam" electrónico⁵, esquemas de pirámide, introducir componentes en un producto que reducen su vida útil para provocar una nueva compra.

- Adquisiciones hostiles, espionaje industrial, competencia desleal.
- Abusos en el contenido de la publicidad: anuncios para atacar competidores, mensajes subliminales, uso del sexo en los comerciales, utilización e influencia de niños en la comercialización de productos, mercadeo en las escuelas.
- El mal uso de las políticas de ética corporativa como instrumentos de mercadeo.
- Creación de mercados negros, disminuyendo los productos artificialmente o por acaparamiento.

En los procesos de producción:

- Generación de productos o servicios defectuosos, adictivos o inherentemente peligrosos.
- Procesos de producción dañinos al ambiente, polución, emisiones de carbono.
- Daños ambientales por el uso de

5. Spam son mensajes no solicitados, habitualmente de tipo publicitario, enviados en cantidades masivas.

6. Biopiratería es la apropiación por parte de empresas transnacionales —y también de algunas instituciones públicas de investigación (a menudo en curso de privatización)— de los recursos genéticos y conocimientos asociados a ellos, para su privatización y para obtener lucro. El proceso de búsqueda y evaluación que permite identificar, seleccionar y aislar componentes últimos de estos recursos, se conoce como "bioprospección". Esta es la exploración de la diversidad biológica y del conocimiento indígena asociado a ella para facilitar la selección y extracción de recursos genéticos y bioquímicos que puedan resultar en productos comerciales.

- Daños culturales que resulten de movimientos como la globalización y el imperialismo cultural.
- Uso extensivo de paraísos fiscales para ocultar ganancias.
- Contribuciones políticas ilegales hechas por las empresas transnacionales, sobornos.
- Aprovechamiento indebido de vacíos legales en otras jurisdicciones, como la ausencia de delitos de carácter corporativo en la legislación penal.
- Aprovechamiento de estándares globales diferenciados sobre temas como el uso de trabajo infantil.
- Tomar ventaja de las diferencias internacionales en los costos de la mano de obra, como la "terciarización" de la contratación de producción (ropa) y servicios de "call centers" en países con bajos salarios.
- Las relaciones ilegales de comercio internacional con países sancionados con restricciones comerciales por la Organización de las Naciones Unidas.

Las formas en cómo los sistemas económicos distribuyen los beneficios del crecimiento entre los sectores sociales, también son fuente de dilemas éticos para las empresas, debido a la aspiración por una distribución más equitativa del ingreso.

La búsqueda de valores como base para el comportamiento comercial universal ha dado lugar al surgimiento de un

movimiento internacional cuyo fin es crear estándares que puedan aplicarse en todo el mundo, además que representan el resultado de la comparación de las tradiciones éticas empresariales en diferentes países y desde varias perspectivas religiosas, con el único propósito de adoptar una ética empresarial que se reconozca a nivel global.

Intereses en conflicto

Los dilemas éticos en las relaciones empresariales normalmente van asociados al surgimiento de conflictos de interés que incluyen varias perspectivas: la del empleado, la empresa comercial y la sociedad en su conjunto. A menudo surgen situaciones donde existe un conflicto entre los intereses de una o más partes, de modo que el interés de una parte va en detrimento de las otras.

En las relaciones empresariales, un conflicto de interés es una situación donde alguien que ocupa una posición de confianza, como un político, funcionario público o un ejecutivo de una empresa, tiene intereses profesionales o personales que compiten con sus obligaciones.

Esos intereses en competencia pueden dificultar el cumplimiento imparcial de sus deberes. Aún si no hay evidencia de acciones impropias, un conflicto de interés puede crear la apariencia de impropiedad y minar la confianza en

la habilidad de esta persona para desempeñarse apropiadamente.

Responsabilidad social empresarial

Esta expresión, también conocida por las siglas RSE, es utilizada para señalar la obligación de una empresa de ser sensible a las necesidades de todas las partes interesadas en su operación de negocios. La RSE fue concebida como una manera de resolver los dilemas éticos que enfrentan las empresas en sus relaciones de negocios.

Las partes interesadas son todos aquellos que pueden ser influenciados o pueden influenciar las decisiones y acciones de una empresa. Pueden incluir (pero no limitarse a) empleados, clientes, suplidores, organizaciones comunitarias, subsidiarias y afiliadas, socios en proyectos conjuntos, vecindarios locales, inversionistas y accionistas (o un solo propietario).

La RSE está muy relacionada con los principios de desarrollo sostenible; ya que en sus propuestas las empresas deben ser obligadas a tomar decisiones basadas no solamente en los factores económicos y financieros, sino también considerando las consecuencias sociales y ambientales de sus actividades.

El marcado interés que existe actualmente en el papel social apropiado de los negocios, ha sido promovido por una sensibilidad creciente en torno

a los temas ambientales y éticos. Temas como el daño ambiental, el tratamiento inapropiado de los trabajadores y la producción con falencias que conducen a inconvenientes o peligros para los consumidores que resultan en daños enormes a la reputación de las empresas e, incluso, pueden causar su salida del mercado.

En algunos países, la regulación gubernamental sobre temas ambientales y sociales se ha incrementado y los estándares y leyes se establecen a un nivel supranacional, por ejemplo, en la Unión Europea.

Algunos inversionistas o administradores de fondos de inversión internacional han comenzado a tomar en cuenta las políticas de responsabilidad empresarial para tomar decisiones de producción. Las organizaciones de consumidores se han vuelto más sensibles al desempeño de RSE de las corporaciones a las que compran bienes y servicios. Estas tendencias han contribuido a presionar a las empresas para que operen de una manera ambiental, social y económicamente sostenible.

Es importante distinguir la RSE de las donaciones de caridad y programas filantrópicos. En el pasado, las corporaciones han gastado dinero en proyectos comunitarios, fondos para becas y el establecimiento de fundaciones. También han estimulado a sus empleados para realizar trabajos de voluntariado

en las comunidades, creando buena voluntad entre la sociedad; misma que directamente mejora la imagen de la empresa y fortalece su marca. Pero, la RSE va más allá de la caridad y requiere que la empresa responsable tenga en cuenta el impacto completo de sus operaciones sobre todas las partes interesadas y sobre el ambiente cuando toma decisiones. Implica que se balanceen los requerimientos de todas las partes interesadas con su necesidad de obtener ganancia y recompensa para sus accionistas adecuadamente.

Una definición ampliamente conocida es la del World Business Council for Sustainable Development, que establece: "Responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo por parte de las empresas para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras que mejora la calidad de vida de su fuerza de trabajo y sus familias, así como la comunidad y la sociedad en su conjunto".

Este enfoque de los negocios considera a las empresas como socios totales de sus comunidades, en lugar de verlas más estrechamente como operadoras de negocios para hacer utilidades y servir a las necesidades de sus accionistas.

Para minimizar la posibilidad de verse en vueltas en escándalos producidos por prácticas corruptas, las empresas han desarrollado políticas internas

con el propósito de orientar la conducta ética de sus empleados. Estas políticas internas pueden ser simples exhortaciones en un lenguaje amplio y altamente generalizado (típicamente conocido como una declaración ética corporativa) o pueden ser políticas más detalladas, conteniendo requerimientos específicos conductuales (típicamente llamados códigos de ética corporativos).

Los códigos de ética generalmente están orientados a identificar las expectativas de los trabajadores de la empresa y ofrecer guías para manejar algunos de los problemas éticos más comunes que pueden surgir en el transcurso de los negocios. Se espera que una política en vigencia conduzca a una mayor concienciación, consistencia en su aplicación y prevención de desastres éticos.

Un número creciente de empresas requiere que sus empleados asistan a seminarios sobre conducta en los negocios, que a menudo incluyen discusiones sobre las políticas de la compañía, casos específicos de estudio y cumplimiento de requisitos legales. Normalmente, los empleados firman acuerdos orientados a que su conducta se regirá por las normas de la empresa.

Algunas veces no hay conexión entre el código ético de la empresa y sus prácticas reales. De ahí que si esas prácticas no son sancionadas explícitamente, en el peor de los casos, esto hace que la

política sea un mero instrumento de mercaqueo.

La introducción de programas de responsabilidad social empresarial en el funcionamiento de las empresas contribuye directamente al desarrollo de las comunidades donde operan. El nuevo enfoque de los programas de RSE toma en cuenta las necesidades de las comunidades, los desafíos ambientales y el contexto social y cultural en la planeación estratégica de las empresas, no para resolverlas o para suplantarse la acción estatal o de otros actores sociales o político que son directamente responsables de la atención y solución de los problemas; sino para adaptar las operaciones de las empresas a su entorno y hacer una contribución efectiva en mejorar la calidad de vida de las partes interesadas.

Al mismo tiempo, las empresas pueden encontrar nuevas oportunidades para expandir sus negocios actuales mediante la detección de necesidades no satisfechas en las comunidades en donde operan y encontrando la manera de satisfacer estas necesidades con tecnologías limpias y eficientes en el consumo de energía, ejecutando programas de integración comunitaria para sus empleados y dependientes, y orientando sus esfuerzos filantrópicos y de caridad hacia las áreas en donde más se necesitan y que tendrán mayor efecto en la sostenibilidad de la comunidad.

Gobierno corporativo

El término gobierno corporativo ha venido a significar dos cosas: los procesos mediante los cuales las empresas son dirigidas y controladas y un campo de la economía que estudia los temas que surgen por la separación de la propiedad y el control de las empresas.

Las reglas relevantes incluyen las leyes aplicables a las operaciones de las empresas como las normas internas de una corporación que se utilizan para resolver los conflictos que pueden surgir entre las partes interesadas.

Las relaciones incluyen, entre todas, aquellas partes interesadas desde las más importantes entre los propietarios, gerentes, miembros del directorio, autoridades regulatorias; hasta los de menor extensión, los empleados y la comunidad en su conjunto.

La estructura del gobierno corporativo describe las reglas y procedimientos para tomar decisiones sobre asuntos corporativos. También provee los medios para establecer los objetivos de la compañía y para monitorear el desempeño de esos objetivos. Asimismo, se utiliza para supervisar si los resultados están en concordancia con los planes, si motivan a la organización a estar completamente informada y a mantener o alterar la actividad organizacional.

La preocupación internacional actual con el gobierno corporativo puede ser referida a dos eventos. El primero es la crisis del sureste asiático de 1997, durante la cual las economías de Tailandia, Indonesia, Corea del Sur, Malasia y Filipinas fueron severamente afectadas por la salida de capital extranjero después de que colapsaron los valores de los activos inmobiliarios. La falta de mecanismos de gobierno corporativo en estos países resaltó la debilidad de las instituciones en esas economías.

El segundo evento fue la crisis corporativa americana de 2001-2002 y las bancarrotas masivas y prácticas criminales de Enron y Worldcom, así como otras debilidades corporativas menores, como Adelphia Communications, AOL, Arthur Andersen, Global Crossing, Tyco y más recientemente Freddie Mac y Fannie Mae, casos que condujeron a un creciente interés por parte de accionistas, el Estado e inversionistas en el gobierno corporativo, que culminó con la emisión de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002.

En la segunda parte de la década del 90, durante la crisis asiática, se prestó mucha atención a los sistemas de gobierno corporativo de los países en vías de desarrollo que tienden a registrar

se extensamente por el nepotismo o el cronismo⁷.

Principios de gobierno corporativo de la OECD

Los principios de gobierno corporativo se elaboraron en respuesta a un llamamiento del Consejo Ministerial de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) el 27 y 28 de abril de 1998, donde se requería la elaboración de un conjunto de normas y directrices para el gobierno corporativo, los gobiernos nacionales, el sector privado y los organismos internacionales. Desde su aprobación en 1999, los principios han sido la base para las prácticas de gobierno corporativo en los países miembros y no miembros. El Foro para la Estabilidad Financiera los adoptó como una de las doce normas para garantizar un sistema financiero sano y el Banco Mundial y el FMI los incorporaron a sus estándares de cumplimiento de la observancia con los modelos y normas internacionales (ROSC).

En el año 2002 se acordó la revisión de los principios, proceso que fue encomendado al Grupo Directivo sobre Gobierno Corporativo de la OECD y

7. El cronismo es la parcialidad hacia los amigos y asociados de mucho tiempo, especialmente nombrándolos en puestos públicos sin consideración de su calificación. La palabra se deriva del griego *chronos*, que significa largo plazo. Los gobiernos son particularmente sensibles a acusaciones de cronismo, puesto que se financian con fondos públicos. Para evitarlas, los gobiernos democráticos recurren a la transparencia en sus finanzas y procesos de contratación. Sin embargo, a veces no es claro cuando un nombramiento constituye cronismo, puesto que no es inusual que una persona con experiencia política sustancial se rodee de individuos altamente calificados y desarrolle amistades que conduzcan a nombramientos o a la concesión de contratos. De hecho, el consejo, el trabajo o la financiación provista por ellos pueden ser parte de las razones por las que el político tuvo éxito en alcanzar la posición.

donde se incorporaron como observadores el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, el Foro para la Estabilidad Financiera del Comité de Basilea y la Organización Internacional de Supervisores de Valores (IOSCO). El resultado de este trabajo fue la versión de los principios aprobada en el año 2004, junto con los subprincipios explicativos para cada uno. En la tabla siguiente se detallan los Principios del Gobierno Corporativo de 2004:

La OCDE ha desarrollado también un conjunto de lineamientos que sirven para evaluar el cumplimiento de cada principio y que son aplicados por los organismos internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario

Internacional, cuando realizan la evaluación del sector corporativo de los países.

Algunos ejemplos de prácticas corruptas que producen conflictos de gobierno corporativo son:

- Limitar la oferta de información financiera: Las cuentas financieras forman un enlace crucial para que los proveedores de financiamiento puedan monitorear efectivamente a la administración. Las imperfecciones en la efectividad del proceso de reportes financieros causará imperfecciones en la efectividad del gobierno corporativo.
- Manipular la demanda de infor-

TABLA No.1

Principios del Gobierno Corporativo de 2004

I.	El marco para el gobierno corporativo deberá promover la transparencia y eficacia de los mercados, ser coherente con el régimen legal y articular de forma clara el reparto de responsabilidades entre las autoridades supervisoras, reguladoras y ejecutoras.
II.	El marco para el gobierno corporativo deberá amparar y facilitar el ejercicio de los derechos de los accionistas.
III.	El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar un trato equitativo para todos los accionistas, incluidos los minoritarios y los extranjeros. Todos los accionistas deben tener la oportunidad de realizar un recurso efectivo en caso de violación de sus derechos.
IV.	El marco para el gobierno corporativo deberá reconocer los derechos de las partes interesadas establecidos por ley o a través de acuerdos mutuos, y fomentar la cooperación activa entre sociedades y las partes interesadas con vistas a la creación de riqueza y empleo, y a facilitar la sostenibilidad de empresas sanas desde el punto de vista financiero.
V.	El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la revelación oportuna y precisa de todas las cuestiones materiales relativas a la sociedad, incluida la situación financiera, los resultados, la titularidad y el gobierno de la empresa.
VI.	El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la orientación estratégica de la empresa, el control efectivo de la dirección ejecutiva por parte del Consejo y la responsabilidad de este frente a la empresa y los accionistas.

mación: Una barrera para que los accionistas usen buena información es el costo de procesamiento, especialmente para un accionista pequeño. La respuesta tradicional a este problema es la hipótesis del mercado eficiente, que sugiere que el accionista minoritario seguirá los criterios de los grandes accionistas profesionales.

- Elevar artificialmente los costos de monitoreo de la gestión administrativa para los accionistas: Para influir sobre los directores, los accionistas deben combinarse entre sí y formar un grupo con poder de voto significativo que pueda representar un poder real para tomar resoluciones o nombrar directores en una asamblea general. Algunas sociedades efectúan sus asambleas en lugares lejanos o cuyo acceso significa costos inaccesibles para alguna clase de accionistas; con esto se busca minimizar su capacidad de agrupación o de monitoreo sobre la eficiencia de la gestión administrativa.

Empresa privada

Para propósitos del presente documento se denominará como empresa privada al conjunto económico conformado por el conjunto de las empresas mercantiles que operan en el territorio nacional, según se definen en el artículo 644 del Código de Comercio de Hon-

duras, es decir “el conjunto coordinado de trabajo, de elementos materiales y de valores incorporados para ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios”.

Las empresas privadas en este contexto son propiedad exclusiva de personas naturales o jurídicas del sector privado, entendido éste como la ausencia de participación del Estado o de alguno de sus elementos en la estructura de propiedad de las empresas.

Las relaciones económicas entre las empresas y de éstas con la sociedad hondureña conforman su contribución al producto interno bruto y la forma como se desenvuelven estas relaciones influye en la orientación del sistema productivo, la explotación de los recursos, la generación de empleo e ingreso y el funcionamiento de la sociedad.

Asimismo, se denominará empresa privada organizada a las distintas asociaciones, cámaras e instituciones constituidas para representar y promover las iniciativas e intereses con que las empresas privadas influyen en la conducción de los asuntos que atañen a la colectividad y en el proceso de formulación de las políticas públicas.

Las prácticas éticas, de responsabilidad social y de transparencia en el funcionamiento de las empresas atañen a la conducta social, en cuanto a que por su misma naturaleza poseen un alto

grado de participación en la integridad social y en la satisfacción de los ciudadanos con el sistema económico, la estabilidad del sistema político y la viabilidad futura de la nación hondureña.

Transparencia

La transparencia es el compromiso existente en una organización (privada o gubernamental) para dar a conocer a la comunidad la información existente sobre un asunto público. Esto significa que la información que existe y fluye en la organización está también a disposición del público, con excepción de aquella considerada confidencial.

Los estudios en la teoría de las organizaciones señalan que uno de los principales factores en el buen desempeño de una organización radica en un adecuado flujo de información entre sus miembros; misma que es necesaria para tomar decisiones adecuadas y pertinentes a las circunstancias.

Las decisiones equivocadas por falta de información pueden ser el resultado de un mal diseño organizacional, en particular de las rutinas y procesos implementados para llevar la información de un lugar a otro de la organización, pero también pueden ser el resultado de la actuación de individuos

dentro de la institución que obtienen beneficios directos o indirectos de centralizar, ocultar o monopolizar la información existente. La generación de información en las empresas tiene varias dimensiones:

- Una dimensión interna, compuesta por la información relativa a la producción de los bienes y servicios que comercializa la empresa, los recursos humanos, financieros y materiales que utiliza, las investigaciones que realiza, las estadísticas relacionadas con las ventas y la información financiera relativa a los costos, ingresos, utilidades, activos y pasivos que posee.
- Una dimensión externa, compuesta por los elementos que utiliza para promocionarse y posicionarse en los mercados en que participa, relacionada con su producto o servicio, sus cualidades, sus relaciones con la comunidad, sus proyectos, negociaciones o relaciones, sus precios y los factores que la diferencian de sus competidores.

La divulgación y el uso de la información en las empresas están normalmente regidos por la legislación y regulaciones que le son aplicables y por las disposiciones contenidas en su marco de gobierno corporativo.



Caracterización del sector empresarial del país

Establecimientos comerciales

Los datos estadísticos sobre la composición y características del sector empresarial hondureño provienen de diferentes fuentes:

- a. El Instituto Nacional de Estadística publica el Directorio de Establecimientos Comerciales, estudio realizado por el Banco Central de Honduras en 2001, el cual contiene datos recabados a través de una encuesta realizada en 52 municipios urbanos, con una población superior a los 5 mil habitantes; este directorio excluye los datos del sector financiero y la industria maquiladora.
- b. La Comisión Nacional de Bancos y Seguros publica los datos de las empresas bancarias, aseguradoras, asociaciones de ahorro y préstamo y sociedades financieras.
- c. El Banco Central de Honduras publica anualmente un informe sobre la industria maquiladora.

Todos estos esfuerzos institucionales permiten realizar algunas aproximaciones sobre las características básicas

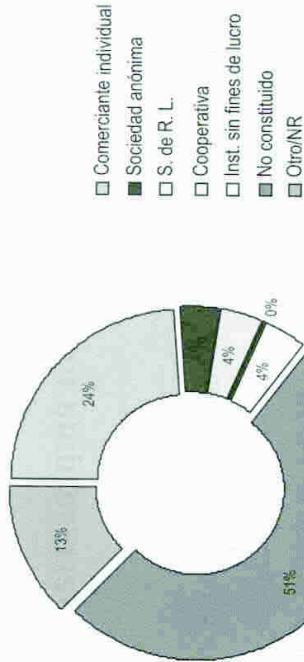
del sector empresarial de Honduras (ver gráfico No. 1).

Tal como se observa en el gráfico No. 1, el 51% del total de establecimientos comerciales no están legalmente constituidos bajo ninguna de las figuras contempladas en el Código de Comercio. Esto significa que la mayoría de establecimientos pertenece a personas auto empleadas o que desarrollan actividades comerciales por cuenta propia. El sector empresarial hondureño presenta un grado muy alto de informalidad.

El gráfico No. 2 señala que la característica que se refiere al auto empleo o al desarrollo de actividades por cuenta propia se confirma por la capacidad de generación de empleo. El 76% de las empresas hondureñas, sin tomar en consideración las compañías empresas maquiladoras y los establecimientos financieros, tienen entre 1 y 4 trabajadores. Es decir, se trata de pequeñas y microempresas que desarrollan actividades comerciales a una escala limitada.

GRÁFICO No. 1

Estructura del sector empresarial según el Directorio de Establecimientos Comerciales

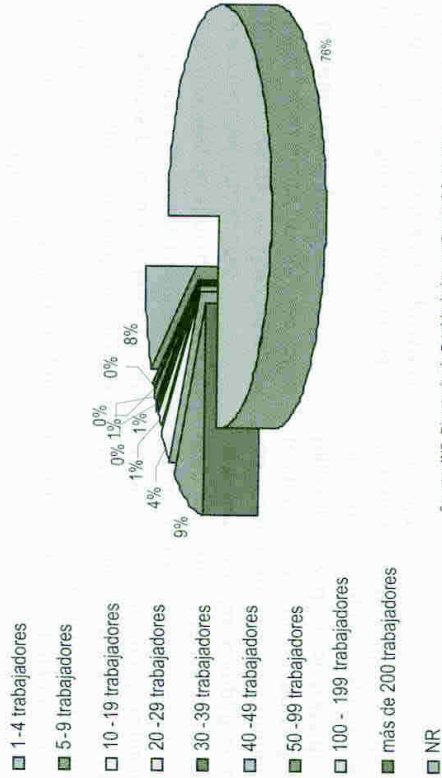


Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

Un dato interesante es que un 52% del total de establecimientos comerciales funcionan en un local propio y sólo el 36% están funcionando en un local alquilado (ver gráfico No. 3).

GRÁFICO No. 2

Organización del sector empresarial según número de trabajadores

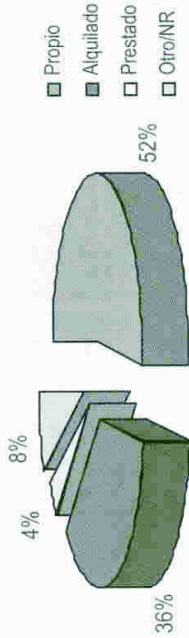


Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

24 Colección Ética e Integridad para el Desarrollo

GRÁFICO No. 3

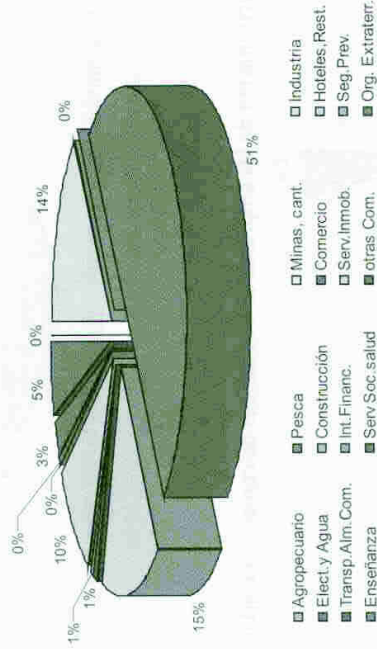
Distribución por propiedad del establecimiento comercial



Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

GRÁFICO No. 4

Distribución por sector económico



Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

En cuanto a la distribución por organización económica, en la mayoría de los establecimientos comerciales corresponden a personas auto empleadas que desarrollan actividades por cuenta propia (ver gráfico No. 4).

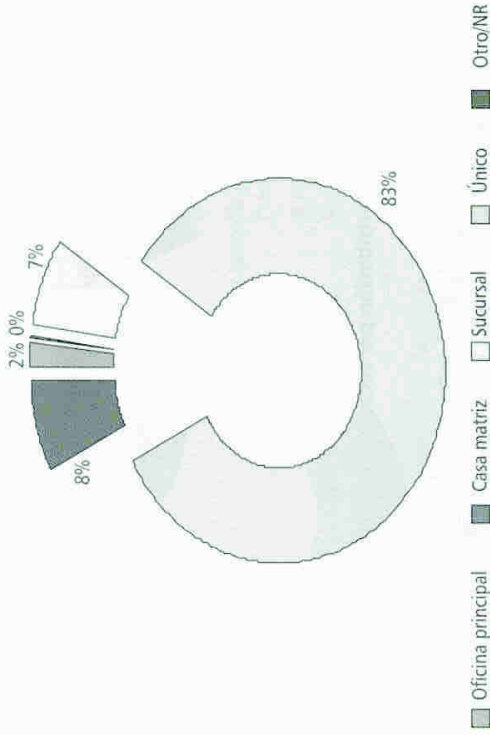
Del grupo de empresas que emplean entre 1 y 4 trabajadores, que confor-

man el 76% del total, un 51% está en el sector comercio (ver gráfico No. 5).

Un 83% de las empresas son establecimientos únicos, apenas un 2% de los establecimientos encuestados es la casa matriz de una red de sucursales (ver gráfico No. 6).

GRÁFICO No. 5

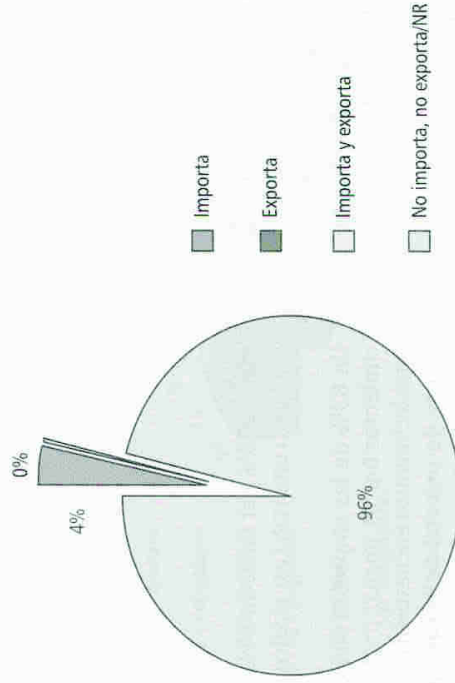
Organización estructural de las empresas



Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

GRÁFICO No. 6

Participación de las empresas en actividades de comercio exterior



Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

El 96% de las empresas no participa en el comercio exterior de bienes. Las empresas que reportaron actividades de exportación de bienes no llegan ni a un 1% de la muestra, en tanto que las empresas importadoras de bienes alcanzan un 4% (ver gráfico No. 7).

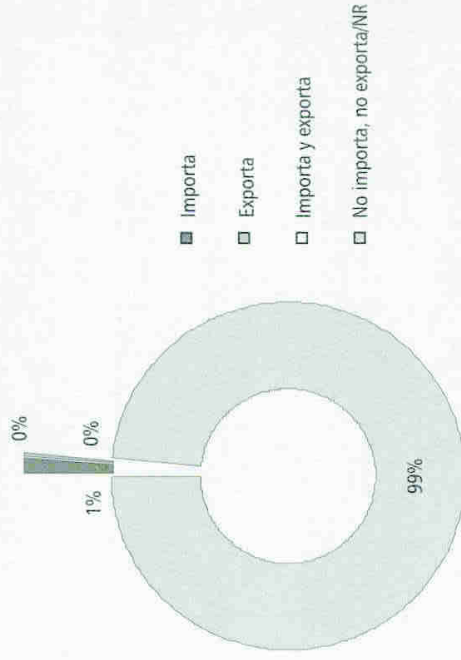
Un 99% de las empresas dentro de la muestra no reportó actividad con el exterior en transacciones relacionadas con comercio de servicios. Un 1%

de las empresas encuestadas importa servicios del exterior.

Dado que el número de empresas que reportan actividades de comercio exterior dentro de la muestra es muy pequeño, en los resultados medidos porcentualmente no se aprecia la proporción de establecimientos involucrados en estas actividades, por lo que a continuación se incluye la base de datos correspondiente por número de establecimientos (tabla No. 2).

GRÁFICO No. 7

Participación de las empresas en el comercio exterior de servicios



Fuente: INE, Directorio de Establecimientos Comerciales 2001.

El sector financiero y asegurador

Según datos de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros al 30 de junio de 2006, el sector de servicios financieros y seguros está compuesto por 16 bancos comerciales, dos asociaciones de ahorro y préstamo, nueve sociedades financieras, dos bancos estatales, dos oficinas de representación de bancos extranjeros, dos bancos de segundo piso, una emisora de tarjetas de crédito, cinco institutos públicos de previsión, una administradora privada de fondos de pensiones, una bolsa de valores, 10 casas de bolsa, 6 almacenes generales de depósito, nueve casas de cambio y cuatro organizaciones privadas de desarrollo financiero. El subsector asegurador consta de 10 instituciones de seguros.

De conformidad con los datos del PIB publicados por el Banco Central de Honduras, el sector financiero y asegurador contribuyó a la economía con el 10.5% del PIB, a costo de factores al año 2005.

Las 80 instituciones que componen el sector financiero están organizadas como sociedades anónimas, excepto las organizaciones privadas de desarrollo financiero; las restantes 76, son oficinas principales con una red de sucursales, agencias y otros puntos de venta diseminados por todo el territorio nacional.

En términos de empleos generados, todas las empresas generan más de 22,487 empleos y contribuyen a la red nacional de establecimientos comerciales con 1,224 de éstos. De las 76 sociedades anónimas, 47 generan menos de 100 empleos y 24 generan más de 200 puestos de trabajo.

Industria maquiladora

Según datos del Banco Central de Honduras, el sector maquilador estaba compuesto al cierre del año 2005 por 306 empresas que generaban 125,828 empleos y L.10,331.7 millones en valor agregado, contribuyendo con un ingreso de divisas de US\$ 950.9 millones a la economía del país.

El valor agregado generado por la industria maquiladora representa el 6.6% del PIB y el 36.7% del valor agregado de la industria manufacturera.

Los empleos generados por la industria maquiladora empleaban el 4.8% del total de ocupados en 2005 y el 29.7% de los ocupados por la industria manufacturera, de conformidad con la Encuesta Permanente de Hogares con Propósitos Múltiples que realiza el Instituto Nacional de Estadística.

El 50% de las empresas (153) se dedican a la actividad textil y emplean el 80.2% de la mano de obra. Otro 25% de las empresas se dedican a prestar

servicios (bordado, lavandería, serigrafía y otros) a las empresas y al comercio (consolidación de carga, almacenaje, etc.).

El 92.8% de las empresas se concentran en la zona norte, 28.4% en el municipio de Choloma, 23.3% en Villanueva y 15% en San Pedro Sula. Un 2.6 y 2.9% de los establecimientos se encuentran en el centro y occidente del país, respectivamente.

El sector empresarial organizado

La estructura del sector empresarial consta de 58 organizaciones formadas de acuerdo a la actividad que desarrollan sus miembros, principal criterio de agrupación utilizado, ya que la función esencial de esas organizaciones es la protección de los intereses de los asociados; muchas de ellas se han conformado ante una iniciativa gubernamental de regulación o creación de gravámenes orientados a afectar la actividad de un sector determinado.

Estas organizaciones se agrupan a su vez en el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (Cohep), la organización sombrilla que actúa como un brazo político del sector empresarial y se encarga de realizar el cabildeo necesario ante las instituciones del Estado para que las iniciativas de sus asociados, miembros de su junta directiva o resultantes de sus relaciones con otras organizaciones similares de la región, se concreten exitosamente.

El Cohep también actúa para moderar o modificar iniciativas estatales que afectan de alguna forma la actividad de sus asociados o que se consideren perjudiciales al desarrollo de un sistema empresarial basado en la libertad de la iniciativa privada.

Esta manera de gestionar las iniciativas privadas es legítima y abierta. El Cohep realiza sus planteamientos públicamente y sus acciones de cabildeo se efectúan frente a los medios de comunicación y son expuestas a las reacciones de todos los demás sectores de la sociedad.

Mucho menos transparente es el cabildeo que realizan empresarios poderosos ligados por cronismo a los líderes políticos, pues no se lleva a cabo en forma pública y frecuentemente conduce a la realización de actos de corrupción que ponen la administración pública al servicio de intereses particulares. Esos empresarios normalmente no participan en las organizaciones empresariales y se conectan directamente a los líderes políticos.

Las organizaciones empresariales que forman parte del Cohep son:

- Asociación Nacional de Industriales
- Asociación Nacional de Exportadores de Café
- Asociación de Fabricantes de Productos Farmacéuticos
- Asociación de Medios de Comunicación

agricultores y ganaderos afiliadas a la Fenagh.

Existen otras organizaciones de empresa privada que no son miembros del Cohep, como Anacafé, Apexa y otras, formadas para cabildar intereses específicos, no necesariamente coincidentes con los del sector empresarial en su conjunto.

Como puede deducirse de la lista anterior, este sector abarca una gran cantidad de actividades empresariales y sirve para canalizar adecuadamente la defensa de los intereses empresariales en la sociedad.

Papel de las organizaciones en el cumplimiento de las obligaciones empresariales

Existen al menos tres niveles de responsabilidades que podrían atribuirse a las empresas como integrantes del tejido social:

1. Responsabilidades empresariales básicas: el cumplimiento de la ley.
2. Responsabilidades empresariales ampliadas: el gobierno justo.
3. Responsabilidad social empresarial: la empresa y sus partes interesadas.

El primer nivel de responsabilidad en la empresa es su obligación de dar cumplimiento a todas las leyes y normas que delimitan su actuación en sociedad. Así, la empresa socialmente

- Federación Nacional de Agentes Aduanales de Honduras
- Federación de Asociaciones de Productores y Exportadores Agropecuarios y Agroindustriales de Honduras
- Federación Nacional de Instituciones Educativas Privadas de Honduras
- Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones
- Gerentes y Empresarios Asociados de Honduras
- Asociación de Zonas Francas de Honduras
- Asociación Hondureña de Procesadores de Embutidos
- Cámara Hondureña de Puestos de Bolsa
- Asociación de Empresas de Seguridad e Investigación Privada de Honduras
- Asociación de Productores Avícolas de Honduras
- Asociación Hondureña de Productores de Alimentos Balanceados para Animales
- Asociación Nacional de Universidades Privadas de Honduras
- Asociación de Empresas Privadas de Telecomunicaciones
- Asociación Hondureña de Agencias de Carga y Logística Internacional

A su vez, algunas de estas asociaciones o federaciones agrupan otras organizaciones regionales, como las cámaras de comercio locales agrupadas en Fedecámara o las asociaciones de

- Asociación de Madereros de Honduras
 - Asociación Nacional de Minería de Honduras
 - Asociación de Productores de Azúcar de Honduras
 - Asociación de Productores de Café de Honduras
 - Asociación de Propietarios de Farmacias
 - Asociación de Tostadores de Café de Honduras
 - Asociación de Distribuidores, Importadores y Vendedores de Productos Agropecuarios
 - Asociación de Líderes Empresariales Femeninas
 - Asociación Hondureña de Distribuidores de Vehículos
 - Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias
 - Asociación Hondureña de Maquiladores
 - Asociación Hotelera y Afines
 - Asociación Hondureña de Distribuidores de Productos del Petróleo
 - Asociación Hondureña de Compañías y Representantes Navieros
 - Asociación Nacional de Artesanos
 - Asociación Nacional de Pequeñas y Medianas Industrias de Honduras
 - Asociación Nacional de Avicultores de Honduras
 - Asociación Nacional de Empacadoras de Carne
 - Asociación Nacional de Couriers de Honduras
 - Asociación Nacional de la Industria
- Textil
 - Asociación Nacional de Exportadores de Honduras
 - Asociación Nacional de Molineros de Honduras
 - Asociación Nacional de Droguerías
 - Asociación Nacional de Radiodifusores de Honduras
 - Asociación Nacional de Empresas Transformadoras de la Madera
 - Asociación Nacional de Acuicultores de Honduras
 - Agencias Publicitarias Hondureñas Asociadas
 - Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa
 - Cámara de Comercio e Industria de Atlántida
 - Cámara de Comercio e Industria de Cortés
 - Cámara de Comercio e Industria de El Progreso
 - Cámara Hondureña de Aseguradores
 - Cámara de Comercio Hondureño-Americana
 - Cámara Nacional de Turismo de Honduras
 - Cámara de Instituciones de Financiamiento Habitacional
 - Cámara Hondureña de la Industria de la Construcción
 - Centro Asesor para el Desarrollo de los Recursos Humanos de Honduras
 - Federación de Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras
 - Federación Nacional de Agricultores y Ganaderos de Honduras



responsable, a nivel básico debe cumplir estrictamente con la legislación vigente para regular aspectos como: organización, gobierno, contratación, tributación, operaciones permitidas y prohibidas, financiación, producción, mercadeo y tratamiento del consumidor.

El segundo nivel tiene que ver con la transparencia con que debe administrarse y la obligación de contar con mecanismos apropiados de rendición de cuentas ante sus partes interesadas (entendidas en el sentido más amplio), donde temas como la relación entre los accionistas y la administración, la protección de los accionistas minoritarios, la fidelidad en el registro de sus transacciones y riesgos, las comunicaciones internas y externas, las relaciones con sus empleados, clientes, proveedores y financiistas, la adecuada canalización y atención de los reclamos, etc., se deben enmarcar en sistemas y principios éticos conocidos, aceptados y cuya observancia es adherida formalmente a lo largo y ancho de la empresa. En este

marco, las violaciones al código ético de la empresa acarrear sanciones previamente establecidas.

El tercer nivel de responsabilidad implica que la empresa funcione activamente como agente de desarrollo en las comunidades donde opera. En este punto, la empresa toma en cuenta los intereses de la comunidad en todas las decisiones que adopta. Temas como la participación empresarial en la atención de las necesidades de la comunidad, programas de mejora permanente de la situación socioeconómica de su personal, fomento del voluntariado, tecnologías limpias de producción (energía y mercadeo), uso de fuentes de energía ambientalmente responsables, inversión de recursos en la ejecución de obras para contribuir a mejorar el ambiente y elevar el nivel de bienestar social en las comunidades donde operan, etc., son incorporados a la forma de operación de la empresa y posteriormente se convierten en elementos diferenciadores de las empresas en sus relaciones con la comunidad.

Diagnóstico

Responsabilidades empresariales básicas: la legislación comercial y las prácticas de transparencia

El marco legal general para el desarrollo de la actividad empresarial privada es el Código de Comercio, que data de 1950. Las disposiciones contenidas en los Libros I y II del mismo, regulan el ejercicio del comercio, la constitución de las sociedades mercantiles, su funcionamiento, gobierno, disolución y liquidación; además de algunas disposiciones básicas sobre asuntos mercantiles de importancia, como la quiebra y suspensión de pagos.

También contiene disposiciones sobre límites en la actividad mercantil y competencia desleal; se establecen criterios éticos muy básicos sobre la actividad comercial, normas para las prácticas contables e información, registro y correspondencia mercantil.

El Código de Comercio regula la emisión de obligaciones, los contratos mercantiles, las operaciones bancarias, los elementos de la empresa, las garantías y disposiciones sobre la prescripción

y caducidad de los derechos mercantiles.

Estos contenidos antes mencionados, junto a las disposiciones aplicables del Código Civil, obligaciones tributarias y laborales de las empresas (contenidas en los diversos instrumentos legislativos emitidos para regularlas), así como el cumplimiento de las obligaciones ambientales, constituyen las obligaciones básicas de las empresas, a las que se refiere la sección anterior del presente documento.

En el examen del cumplimiento de estas obligaciones básicas, es necesario recurrir a la información pública o a las fuentes constituidas por las instituciones del sector público encargadas de velar por el cumplimiento de las obligaciones legales de las empresas comerciales del país, puesto que no se dispone de estadísticas compiladas formalmente que permitan una medición adecuada sobre este tema.

Para el caso, en el cumplimiento de las normas contenidas en el Código de Comercio, se aprecia en las estadísticas

que de los establecimientos organizados económicamente como comerciantes individuales o sociales, apenas el 24% son comerciantes individuales, el 4% sociedades anónimas y otro 4% sociedades de responsabilidad limitada. Hay un 51% de establecimientos comerciales que no cumplen con la obligación legal básica de organizarse de conformidad con la ley.

En términos del cumplimiento de las obligaciones legales básicas por parte de los comerciantes legalmente organizados, la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI) ha calculado que la evasión fiscal en Honduras, por parte de comerciantes individuales, sociales, personas naturales y asalariados que no cumplen con sus obligaciones con el fisco, asciende a más de 3 mil millones de lempiras anuales. Sólo entre los años 2004 y 2006, la DEI realizó más de 2 mil cierres temporales de negocios que presentaron uno o más incumplimientos de sus obligaciones con el fisco.

Además de los establecimientos que no tienen registro tributario (en consecuencia, resultan difíciles de detectar para las autoridades fiscales), están las infracciones legales cometidas por empresas dentro del sector formal, como el contrabando y el abuso de las exoneraciones fiscales otorgadas, o la retención de los impuestos cobrados a los contribuyentes que no se trasladan al Estado.

El incumplimiento de las obligaciones tributarias es la fuente de corrupción más importante a este nivel básico de responsabilidad empresarial, puesto que es la forma de corrupción más extendida y sucede en todas las ramas de la administración tributaria.

En estas prácticas, la iniciativa y fomento de la corrupción se origina normalmente en los comerciantes inescrupulosos y en funcionarios públicos corruptos. En el caso de los impuestos de importación, la vía más utilizada es la adulteración de los valores de las mercaderías sobre los cuales se aplican los impuestos.

En consecuencia, al valorar las mercaderías por una cantidad inferior al valor real para favorecer a una empresa, a cambio del pago de una comisión, los funcionarios aduaneros no sólo se corrompen a sí mismos, sino también al mercado, creando la forma más desleal de competencia que ha obligado a muchas empresas que se rehusaron a pagar los costos de la corrupción a cejar sus operaciones. Otras veces, las prácticas corruptas consisten en simplemente no registrar el tránsito de las mercaderías, como en el caso del famoso "gasolinazo".

La evasión del pago de impuestos y tasas municipales, por la emisión de permisos, falsear los resultados de las inspecciones, "arreglar" problemas tributarios o hacer desaparecer ajustes

tributarios, a cambio de dinero, son prácticas que sólo ocasionalmente son descubiertas por las autoridades superiores de las instituciones públicas y que contribuyen enormemente a la percepción del alto nivel de corrupción sobre la actividad empresarial privada que tiene la población y los mismos empresarios.

Por otra parte, la estadística de los establecimientos comerciales muestra que hay una gran mayoría de pequeños establecimientos de cuatro empleados o menos, que indica un alto grado de informalidad en este segmento de establecimientos comerciales y, a su vez, permite presumir un bajo grado del cumplimiento de las obligaciones legales en el sector laboral.

El pago de salarios por debajo del mínimo legalmente establecido, la falta de afiliación de los empleados a las redes de seguridad social, la retención de cantidades deducidas a los empleados para pago de contribuciones u obligaciones a la seguridad social o impuestos, despido de empleados sin cumplir con el pago de las indemnizaciones laborales que manda la ley, etc., son prácticas sobre las cuales a menudo se interponen denuncias ante la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, los medios de comunicación o las organizaciones de trabajadores.

Asimismo, otras infracciones a la legislación laboral, como el empleo de

menores, son frecuentes en los sectores económicos donde las actividades a desarrollar requieren un bajo nivel de calificación, como por ejemplo la industria de la construcción y el comercio minorista.

En el terreno ambiental, la legislación es reciente y se está aplicando a los nuevos proyectos emprendidos, ya sea por empresas nuevas o existentes. Sin embargo, el alto grado de informalidad hace suponer que las normas ambientales también son aplicadas en los sectores económicos con un grado de formalidad mayor, legalmente organizados y registrados, que permiten un mejor monitoreo de sus actividades por parte de las autoridades competentes.

Para el caso, se han realizado denuncias sobre corrupción pública en el otorgamiento de licencias ambientales a compañías que ejecutan proyectos perjudiciales al ambiente, retención ilegal de licencias a empresas con el propósito de favorecer a otras, entrega de información confidencial de los proyectos solicitantes de una licencia ambiental a otras compañías que aparecen ejecutando proyectos similares, etc.

Otra práctica corrupta que ha recibido atención pública es la que se refiere al pago de sobornos o comisiones por parte de empresas que aspiran a resultar favorecidas en procesos aparentemente competitivos, con el propósito

de adjudicar adquisiciones de materiales, servicios, equipos o contratos de proyectos que ejecutan las instituciones del Estado. Ha habido casos grandes y notorios, como el famoso caso de Ciudad Mateo, donde se cuestionó desde la compra del terreno hasta los contratos para la construcción de las viviendas, y también casos más modestos, como las compras directas de medicamentos.

El alto costo que conlleva el cumplimiento de las obligaciones legales básicas de las empresas, representa una oportunidad de corrupción comúnmente utilizada para evadir la ley con la complicidad de algún funcionario o empleado público (cuyas actuaciones irregulares raramente salen a la luz pública), lo cual contribuye a generar una opinión negativa tanto del ejercicio de la función pública como de la actividad empresarial privada.

Un problema adicional generado por las prácticas corruptas a nivel básico surge cuando las prácticas corruptas no son sancionadas por las instituciones competentes. Tal es el caso de los fracasos de bancos y sociedades financieras, donde mediante el uso de esquemas abiertamente reñidos con la ley —como el de la Pirámide de Ponzi— se desviaron cantidades enormes de ahorros del público hacia empresas privadas; finalmente, estos montos fueron devueltos a los depositantes a través de fondos del Estado.

En resumen, tanto a nivel de establecimientos comerciales que operan en el sector formal, como de establecimientos comerciales que operan en el sector informal de la economía, se han conocido denuncias de incumplimientos legales que atañen a las obligaciones empresariales básicas y que evidencian un amplio espacio para el desarrollo de una agenda nacional para el fomento de buenas prácticas en la conducción de los negocios; incluyendo temas básicos como el cumplimiento de la ley, que contribuirían a mejorar el papel del sector empresarial como promotor del desarrollo nacional.

Programas de nivel básico ejecutados por las organizaciones empresariales

En el terreno del cumplimiento de las responsabilidades sociales básicas, algunas organizaciones empresariales, especialmente las cámaras de comercio, han emprendido iniciativas valiosas, aunque todavía con alcance muy limitado, para procurar que las empresas afiliadas cumplan con sus obligaciones legales básicas.

Por ejemplo, a partir de febrero de 2004, la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa entregó a las empresas al momento de su afiliación, un Código de Ética Empresarial, cuyo objetivo es “plasmear conductas que propicien la correcta y justa aplicación de los negocios”, sobre la base de que

“el cumplimiento de los deberes éticos es un elemento esencial para fomentar el desarrollo del sector privado sobre unas bases sólidas”.

A pesar de que este Código de Ética Empresarial no es de cumplimiento obligatorio, contiene una serie de principios básicos que desarrollados fijan normas de conducta frente al Estado, los empleados, los consumidores, la competencia, los proveedores y acreedores y la comunidad en general. Este instrumento constituye una base para el desarrollo futuro de la responsabilidad social empresarial a partir del cumplimiento de las responsabilidades legales básicas, la adopción de buenas prácticas y la inclusión de todas las partes interesadas en el desempeño de las empresas.

Además, la Cámara de Comercio de Tegucigalpa ha suscrito un convenio con la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI), institución que designó un funcionario de la Oficina de Transparencia para atender e investigar las denuncias de corrupción que se recibían y para prestar asistencia gratuita y transparente en la solución de los problemas tributarios de las empresas y así minimizar las oportunidades de corrupción que puedan surgir en estas situaciones.

Como un programa para contribuir a reducir la corrupción en las adquisiciones del Estado, la Cámara de Co-

mercio de Tegucigalpa participa (en representación de los intereses generales de los empresarios de que prive un ambiente competitivo de igualdad de oportunidades y transparencia en las compras) en un foro con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, con el propósito de revisar en conjunto las bases de licitaciones y concursos para las adquisiciones con fondos públicos. Aunque el alcance de este esfuerzo abarca solamente a unas pocas instituciones estatales, ha dado buen resultado.

Otro esfuerzo que vale la pena mencionar es el traslado de adquisiciones estatales realizadas por algunas instituciones al Programa Nacional de las Naciones Unidas para el Desarrollo, con relación a las compras que habían sido cuestionadas en el pasado; por ejemplo, las adquisiciones de medicamentos del Instituto Hondureño de Seguridad Social, del Ministerio de Salud, las compras de equipo y contratos de Hondutel, las compras de la Secretaría de Seguridad, etc.

Responsabilidades empresariales ampliadas: prácticas de gobierno corporativo

En Honduras no existe una institución que supervise el funcionamiento de las sociedades comerciales, tampoco un régimen legal de gobierno corporativo que proteja adecuadamente los derechos y establezca claramente los de-

beres de las partes interesadas en una empresa. Los temas de gobierno corporativo son esencialmente temas éticos. Un antiguo proyecto para la creación de una superintendencia de sociedades nunca ha podido ser discutido y aprobado en el Congreso Nacional.

En consecuencia, los problemas de gobierno corporativo normalmente se trasladan al ámbito judicial para su resolución, situación que puede dilatarse por mucho tiempo y además acarrear un costo muy alto para la empresa y para la sociedad, puesto que pocas empresas sobreviven después de un conflicto de este tipo.

Los problemas entre accionistas, que normalmente surgen cuando los accionistas minoritarios se sienten perjudicados por las decisiones y acciones administrativas tomadas por el accionista mayoritario, se agravan en el caso de las empresas familiares, que constituyen la mayoría de empresas en Honduras. Cuando los socios de una empresa están relacionados por parentesco, los conflictos de esta índole son muy difíciles de resolver, puesto que, además del interés económico, tienen un alto contenido emocional.

En Honduras existen conflictos de este tipo que han surgido a la luz pública, como el recientemente publicitado conflicto entre los miembros de la familia Kafati en las empresas Café Oro y Espresso Americano⁸, o entre los herma-

nos Flores Rodil, Allan y Valentín, cuyos problemas de gobierno corporativo han recibido abundante atención en la prensa nacional y cuyas incidencias salpican instituciones del sector público y dependencias del Poder Judicial.

Una fuente de conflictos de gobierno corporativo es la falta de mecanismos y disposiciones legales para la protección de los intereses del accionista minoritario en las sociedades comerciales; por lo que cuando los efectos de los actos del accionista mayoritario —que generalmente controla o ejecuta la gestión de las empresas— afectan o van en detrimento de los intereses de los otros accionistas, se producen conflictos que normalmente terminan en los juzgados.

Otra fuente de conflictos, que a veces se asocia con lo descrito anteriormente, es la falta de información disponible a los accionistas minoritarios o su manipulación para no revelar asuntos que perjudican sus intereses. Por otro lado, los abusos en el uso de la firma social, contratos con excesiva onerosidad a cargo de la sociedad comercial, suscritos con provecho para el accionista mayoritario, etc., son también situaciones que dan origen a este tipo de conflictos.

Los Centros de Conciliación y Arbitraje que funcionan en las Cámaras de Comercio de Cortés y Tegucigalpa, a pesar de constituir un foro al que las

partes en conflicto se someten voluntariamente, tienen la ventaja de ser más transparentes, más eficientes y más rápidos que el foro judicial, pues su funcionamiento se apoya en principios éticos muy claros. Para el caso, en el Centro que funciona dentro de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, se han tratado aproximadamente 70 casos, de los cuales solamente ocho han acudido posteriormente a los tribunales de justicia por inconformidad de alguna de las partes. En todos los casos, los tribunales han respetado el fallo arbitral, emitido de conformidad con la ley y los principios éticos.

El único sector empresarial que cuenta con un marco legal desarrollado y moderno en el tema de gobierno corporativo es el sector financiero, que a raíz de la emisión de la Ley del Sistema Financiero en septiembre de 2004, está desarrollando las reformas internas necesarias para implementarlo, proceso que debió completarse en diciembre de 2006.

Con este marco desarrollado, los derechos y el trato igualitario de los accionistas, los flujos de información financiera, el tratamiento de las quejas y denuncias de los consumidores, la realización de las asambleas, el tratamiento y remuneración del recurso humano, etc., quedan adecuadamente

definidos en este sector empresarial, que por su característica particular de administrar recursos ajenos tiene un marco regulatorio más moderno y mejor desarrollado.

Responsabilidad social empresarial: la empresa y sus partes interesadas

A raíz de la negociación y entrada en vigencia del DR-CAFTA, el cual contiene un capítulo sobre transparencia y corrupción, así como de la corriente internacional que promueve la adopción de principios de responsabilidad social en la administración de las empresas, algunas organizaciones empresariales han comenzado a promover programas de este tipo entre sus asociados.

Algunas empresas miembros de la Cámara de Comercio e Industria de Cortés (CCIT) formaron el Centro Hondureño de Desarrollo Sostenible (CEHDES), como una especie de “think tank”, para realizar estudios sobre desarrollo socioeconómico que servirán para respaldar las iniciativas de la organización empresarial ante la sociedad hondureña.

De esta organización se desprende la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDARSE) en junio de 2003, primera organización empresarial que promueve programas

8. Un think tank es una institución investigadora u otro tipo de organización que ofrece consejos e ideas sobre asuntos de política, comercio e intereses militares (N. del E.).

de responsabilidad social, distinguiendo claramente estos programas de los proyectos filantrópicos que llevan a cabo otras organizaciones o algunas empresas del país.

FUNDAHRSE es una organización con membresía voluntaria, constituida por 39 empresas asociadas⁹, entre las que se cuentan algunas de las compañías más importantes del país: Cervecería Hondureña, Grupo Alcón, Grupo Carrión, Caracol Knits, Amanco, Elcosa, BAC Honduras, Gildan, Navega, Grupo Kattán, Grupo Eterna, Fruit of the Loom, British American Tobacco, Corporación Flores y Villanueva Industrial Park, por citar algunas.

Las actividades de FUNDAHRSE se centran en el intercambio de experiencias entre las empresas, difusión de buenas prácticas, promoción a nivel de medios de comunicación, servicios de información, talleres y ejecución de proyectos en conjunto entre las empresas asociadas.

La Fundación realiza seminarios de inducción e información sobre responsabilidad social empresarial, proporciona asistencia para desarrollar programas de medición a través del uso de herramientas apropiadas que evalúan los siete ejes principales de la RSE:

- Valores y transparencia
- Actores internos (calidad de vida laboral)

- Proveedores
- Consumidores
- Medio ambiente
- Relaciones con la comunidad
- Relaciones con el Estado

FUNDAHRSE está asociada a otras organizaciones internacionales de la misma naturaleza, promueve la formación de redes de RSE y también publica un boletín mensual a partir de junio 2004, en donde difunde las experiencias de las empresas miembros en proyectos de RSE, los eventos realizados y las iniciativas a las que ha prestado apoyo durante el período.

En el año 2006, el Departamento de Comercio de los Estados Unidos inició la formación de capacitadores en temas de ética empresarial y responsabilidad social empresarial, con las fundaciones privadas FUNDAHRSE y FUNDEMOS. Este esfuerzo ha tenido continuidad gracias al apoyo personal del embajador norteamericano en Honduras, Charles Ford, quien ha participado como conferencista, acompañando a los instructores en un programa de conferencias sobre temas de ética empresarial.

En este contexto, el objetivo ha sido tratar de concienciar a las empresas hondureñas participantes sobre la necesidad explícita en el DR-CAFTA de constituirse en "buenos socios" mediante la adopción de mejores prácticas comerciales, el cumplimiento de

sus obligaciones legales más allá de lo básico y de contar con buenos programas de gobierno corporativo, a fin de volverse competitivas para la atracción de inversión estadounidense o de entablar relaciones comerciales con empresas norteamericanas.

Las empresas de FUNDAHRSE han puesto en marcha iniciativas de responsabilidad social empresarial; para el caso el grupo Alcón es patrocinador de Hábitat para la Humanidad, una organización que facilita la construcción comunitaria de soluciones habitacionales para personas de bajos ingresos; asimismo, apoyó la remodelación de la sala de neonatología del Hospital Mario Catarino Rivas y provee fondos para el pago de salarios de enfermeras especializadas. También tiene un programa de afinidad con el estatal proyecto Educatodos, dirigido a mejorar la formación escolar de sus empleados.

Otro ejemplo lo constituye la Fundación Ficohsa, que sostiene una serie de centros de educación preescolar; y Citigroup, que también patrocina el programa Operación Sonrisa, mediante el cual hondureños con el padecimiento de labio leporino reciben atención médica especializada.

Iniciativas de responsabilidad social de las organizaciones empresariales

Algunas organizaciones empresariales ejecutan iniciativas que contienen ele-

mentos de responsabilidad social empresarial; por ejemplo, el Cohep suscribió en el año 2001 la Declaración Empresarial Hondureña para la Erradicación Inmediata de las Peores Formas de Trabajo Infantil, una petición que tiene como propósito acabar con estas prácticas, entendiéndose como tales la esclavitud o prácticas análogas, prostitución, realización de actividades ilícitas o cualquier trabajo que dañe la salud, moralidad o seguridad de los niños.

Los programas de filantropía corporativa del Cohep también incluyen un programa de becarios-tutores en varias escuelas públicas, un programa de asistencia para la prevención del sida y la administración de un fondo de apoyo financiero a microempresas, en condiciones preferenciales.

La Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa cuenta con un programa de distribución de agua en barrios y colonias marginales y un programa de becas para niños con alto rendimiento académico.

Otras iniciativas en el campo de la filantropía corporativa son las fundaciones organizadas por algunos bancos, como la Fundación BGA o la Fundación Ficohsa, o las donaciones y programas emprendidos por otros, como el apoyo a la Orquesta Sinfónica por Banco Uno, que también tiene un proyecto de becas asociado a la excelencia académica,

9. A noviembre de 2006.



y las incontables ayudas canalizadas por las empresas a iglesias, escuelas, organizaciones filantrópicas y personas necesitadas que se otorgan continuamente.

Los medios de comunicación desarrollan proyectos de alto contenido social, como el programa Operación Sonrisa, la pipa de agua de Abriendo Brecha o la campaña de apoyo a las etnias tolu-pán y lenca de diario *El Heraldo*, por mencionar algunos.

El trabajo de la Fundación Teletón, con el apoyo de la sociedad hondureña, especialmente de algunos importantes contribuyentes corporativos, también es digno de mencionarse.

A pesar del inmenso valor que estas acciones filantrópicas tienen en una sociedad con tantas carencias como la hondureña, ciertamente “filantropía” no es sinónimo de responsabilidad social empresarial, ya que estas contribuciones sociales podrían complementarse con los cambios al interior de las empresas, que resulten en la adopción de normas éticas, la creación de ambientes responsables de trabajo y la inclusión de las partes interesadas en las decisiones corporativas.

De lo investigado puede deducirse que, aunque se han hecho esfuerzos valiosos por introducir los temas de responsabilidad social empresarial en Honduras, los mismos se encuentran en un estado incipiente y con un alcance muy limitado.

Propuesta

La agenda nacional para la participación de la empresa privada en el Sistema Nacional de Integridad

Para el desarrollo de esta sección se realizaron entrevistas y encuestas a importantes personajes de la comunidad empresarial, y para algunos los temas de responsabilidades éticas en los negocios no eran totalmente ajenos. Las entrevistas se realizaron en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula, incluyendo directivos de ambas Cámaras de Comercio: Fedecámara, la Asociación Hondureña de Maquiladores, FUNDAHRSE, Cohep y Andi. También se encuestó a algunas empresas individuales que tienen programas de RSE, como el grupo Alcón.

Ninguna de las organizaciones empresariales entrevistadas manifestó tener los temas éticos incluidos en su agenda de trabajo en forma específica. Tampoco tienen planes de abordar estos temas como parte de sus proyectos en 2007 y solamente participan copatrocinando conferencias o seminarios sobre temas éticos a solicitud de FUNDAHRSE.

No obstante, todos los empresarios que participaron en las entrevistas realizadas en la investigación previa a la redacción de este documento manifestaron su interés y disposición para participar en la discusión y formulación de una agenda empresarial de transparencia para Honduras.

En general se percibe una atmósfera de interés y un deseo de colaboración en torno al rescate de los temas éticos y su introducción en la agenda permanente de las organizaciones empresariales.

Basándose en todos los elementos anteriormente señalados, a continuación se propone una agenda que contiene acciones en los tres ámbitos de la ética empresarial analizados en el presente documento: las responsabilidades legales básicas, el gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial.

1. Agenda para el cumplimiento de las responsabilidades legales básicas:

a. Reducción de la informalidad: A este nivel hay una urgente necesidad de reducir la informalidad en la organización económica de las empresas honduresas, para convertirlas por esta vía en agentes económicos activos para la promoción del desarrollo nacional.

Con este propósito, la propuesta incluye una profundización significativa de los esfuerzos de simplificación administrativa, para reducir los trámites requeridos y los costos asociados a la constitución de las empresas, ya sea como comerciantes individuales o comerciantes sociales.

En esta área ya se han iniciado esfuerzos importantes conducidos por el Programa Nacional de Competitividad, enfocados en temas como la obtención de licencias y permisos, algunos de los cuales pueden ser totalmente eliminados si se construye un consenso político alrededor de este tema, especialmente favorable a las pequeñas y medianas empresas, que como ya se demostró en una sección anterior, constituyen una gran mayoría de los establecimientos comerciales.

b. Concienciación activa: Otra necesidad importante es el desarrollo de campañas de concien-

ciación sobre los beneficios que puede obtener la sociedad si contara con un sector empresarial legalmente organizado y trabajando en cumplimiento de la legislación vigente en los temas tributarios, laborales y ambientales. Estas campañas se pueden complementar con el diseño de incentivos, como la participación de estas empresas en programas de subcontratación, asistencia técnica y financiera por parte de los proyectos de fomento de exportaciones o modernización productiva y hasta un programa preferencial de adquisiciones estatales.

c. Identificación de beneficiarios: Muchas empresas se conducen en la informalidad por falta de conocimiento sobre las oportunidades comerciales, productivas o de inversión que podrían tener acceso introduciendo un elemento de formalidad en sus operaciones. La creación de centros de información en las organizaciones empresariales puede ser un excelente vehículo para diseminar las pesquisas existentes sobre estas oportunidades. Puede crearse un banco de datos que permita ofrecer patrocinios por parte de empresas de mayor tamaño que ya operan en el sector

formal o de asistencia técnica para pasos específicos de los sistemas de producción o comercialización, en combinación con programas internacionales o proyectos estructurados por las organizaciones empresariales nacionales.

Además, las organizaciones empresariales requieren ser dotadas de la capacidad necesaria para recabar y dar seguimiento a la conducta, costos y problemas enfrentados por las empresas que deciden ingresar a la economía formal. Estos problemas deben canalizarse para alimentar la agenda de reformas tendientes a mejorar el clima de negocios entre las organizaciones empresariales y los gobiernos.

d. Período de amnistía tributaria: Una de las razones por las que muchos establecimientos comerciales permanecen en el sector informal, es la posibilidad de tener que afrontar el pago de ajustes tributarios y multas por no haber reportado el inicio de operaciones formalmente. Los incentivos para la formalización deberían incluir una amnistía tributaria municipal y nacional por un período definido, donde el establecimiento comercial que decide entrar a la formalidad,

tenga una dispensa de todos los cargos, multas e impuestos que hubiera tenido que pagar, tales como: permisos de operación, rótulos y ambientales, volumen de ventas, impuestos sobre ventas y renta y cualesquiera otros cargos que hubiese tenido que afrontar durante el lapso que operaron en el sector informal, dándosele un tratamiento de nuevo negocio.

2. Agenda para la adopción de buenas prácticas en el gobierno corporativo:

a. Reformas legales: Es necesario actualizar la legislación comercial para incluir el tratamiento adecuado de temas que pudieran presentarse en el gobierno corporativo de las empresas: la producción y adecuada disseminación de información, la composición de los consejos de administración, el equilibrio de poder de decisión entre la gerencia y el consejo de administración y entre éste y la asamblea de accionistas, los mecanismos de solución y el tratamiento de los conflictos de interés, la protección de los derechos de los accionistas minoritarios, las funciones de control interno, la adecuada administración del recurso humano, la canalización y atención de las quejas y reclamos presentados

por empleados y clientes y el adecuado manejo de los procesos productivos; estableciendo normas éticas sobre la calidad de los productos, las campañas de mercadeo y las relaciones internas y externas de las empresas.

Sobre este punto, una adición a la legislación comercial que hace mucha falta es la creación de un procedimiento moderno de quebra y liquidación de empresas comerciales, que permita facilitar su salida del mercado con la adecuada protección a los derechos de las partes interesadas.

b. Foros para la solución de conflictos: La experiencia demuestra que la introducción de los tribunales de arbitraje ha resultado ser un excelente medio de resolución de conflictos. La agenda empresarial para la incorporación a la red nacional de transparencia debería incluir la extensión de estos foros de conciliación y arbitraje a las ciudades secundarias del país, posiblemente con un ámbito de actuación regional y, asimismo, hacer extensiva su jurisdicción a toda clase de conflictos entre partes interesadas; posiblemente dividiendo su actuación según la cuantía de los reclamos que se presenten, para

posibilitar la solución extrajudicial de los reclamos o quejas que no puedan ser resueltos al interior de las empresas.

c. Creación de una instancia empresarial de capacitación en buenas prácticas de gobierno corporativo: La mayoría de las empresas no tiene acceso a conocimientos sobre buenas prácticas o estándares internacionales de buen gobierno. Es importante que el sector empresarial organizado provea esta capacitación y difunda los avances en esta materia, creando a la vez ejemplos nacionales y reconocimientos a empresas que los adopten para generar conciencia de su importancia y contribuir a preparar a las empresas que deseen participar en mercados financieros más regulados, como el mercado de capitales, cuya construcción es una aspiración del sector empresarial.

d. Diseñar una superintendencia de sociedades: Una institución que supervise el adecuado funcionamiento de estas organizaciones acorde a las necesidades de un sector empresarial moderno, como funciona en otros países latinoamericanos con prácticas comerciales modernas, como Colombia, por

ejemplo; podría ser de mucho beneficio para las partes interesadas, sobre todo en un ambiente en donde las empresas familiares son la forma de organización más común o en sociedades donde hay un accionista mayoritario con control absoluto de las decisiones administrativas.

3. Agenda para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial:

a. Asistencia técnica para la introducción de programas de RSE: Es importante que a los esfuerzos de información y divulgación sobre responsabilidad social empresarial, que actualmente se desarrollan esporádicamente, se agregue una asistencia técnica directa para facilitar la introducción de programas de responsabilidad social empresarial en aquellas empresas que tengan interés, no sólo en desarrollar proyectos de filantropía corporativa, sino en incorporar a su cultura corporativa los valores y conductas asociados a la responsabilidad social empresarial.

La adopción de códigos de ética y prácticas asociadas a ellos no es una labor sencilla y en muchas ocasiones implica cambios importantes en la cultura de las empresas, por lo que es di-

ficil su adopción sin la asistencia técnica especializada. Sin este ingrediente, que no sólo consiste en la creación de los instrumentos y procesos adecuados, sino también en la conducción de su implementación y supervisión de su funcionamiento hasta que se integran a la cultura de las empresas y forman una manera de vivir y conducirse, nunca se logran los resultados esperados.

b. Creación de un sistema nacional de certificación: El incentivo para que las empresas adopten programas de responsabilidad social empresarial, que favorecen la integración social y elevan el nivel de vida de las comunidades en donde operan, consiste en una certificación con reconocimiento internacional que las diferencie del resto de empresas y les reconozca una calidad de gestión interna y externa superior al de sus pares.

La presión que generaría la falta de este reconocimiento sería un buen incentivo para la adopción de programas de RSE. Como se explicó anteriormente, aunque los beneficios económicos de este tipo de administración empresarial no se pueden medir a corto plazo, la certificación debe impli-

car alguna forma de medición del beneficio generado para cada una de las partes interesadas y significar un aumento real en el valor de la marca o la franquicia. Además, debe construirse de manera que aporte un elemento esencial de competitividad. Por ejemplo, podría solicitarse a algún organismo internacional que periódicamente este mecanismo de certificación nacional sea reforzado por una ratificación de calificación otorgada internacionalmente, para agregarle valor.

c. Combate al cronismo como elemento de destrucción de la competencia: En todas las organizaciones empresariales en donde se condujeron entrevistas para esta investigación, existe una profunda preocupación por las prácticas oscuras de los empresarios cercanos al gobernante de turno para la obtención de prebendas, contratos, compras, concesiones, autorizaciones y construcción de relaciones con el poder, que producen desequilibrios enormes en el sistema de libre

competencia, que es la materia prima de la empresa. Las oportunidades de corrupción derivadas de estas prácticas dañan la moral, incentivan la informalidad, afectan los negocios de los empresarios honestos y destruyen los valores fundamentales de la sociedad. Es así que las organizaciones empresariales no tienen medios ni foros ni mucho menos procedimientos apropiados para luchar contra estas prácticas. Por tanto, es importante crear una instancia dentro de la Red Nacional de Transparencia en donde puedan presentarse los casos, investigarse las denuncias y canalizarse los resultados hacia las instituciones competentes. La Ley de Acceso a la Información es la base para la creación de esta instancia clave para el ejercicio de la auditoría social. La suscripción de un convenio de mutuo apoyo entre el Consejo Nacional Anticorrupción y las organizaciones empresariales, podría ser un punto de partida para atender esta preocupación, común a ambas partes.

Bibliografía

- Actividad Maquiladora 2005 y Expectativas 2006, Banco Central de Honduras, Subgerencia de Estudios Económicos. Honduras, 2005.
- Friedman, Milton. "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits". *The New York Times Magazine*. 13 de septiembre de 1970.
- Gersick, Kelin E. Et al. *Generation to Generation, Life Cycles of the Family Business*. Harvard Business School Press. USA, 1997.
- Hart, Stuart L. *Capitalism at the Crossroads, the unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems*. Wharton School Publishing, USA, 2005.
- Herramientas para medir la corrupción y la gobernabilidad en países latinoamericanos*. Depto. de Políticas e Investigación, Transparency International, UNDP, 2006.
- Kotler, Philip and Lee, Nancy. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons, USA, 2005.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. *Principios de gobierno corporativo*. 2004.
- Rajan, Raghuram G. & Zingales, Luigi. *Saving Capitalism from the Capitalists*. Crown Business, NY, USA, 2003.
- Rodríguez Zepeda, Jesús. "Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. Cuaderno de Transparencia No.1, México DF, 2004.
- Vergara, Rodolfo. *La transparencia como problema*. Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. Cuaderno de Transparencia No.5, México DF, 2005.
- Personas entrevistadas**
- Roberto Leiva, director ejecutivo de FUNDAHRSE
 - Liliana Banegas, directora de Responsabilidad Social, Grupo Alcón
 - Mario Roberto Perdomo Bennet, director de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés
 - Edison Cárdenas, presidente de Fedecámara
 - Armando Urtecho López, asesor legal de Cohep
 - Amílcar Bulnes, presidente de la Cámara de Comercio de Tegucigalpa
 - Mario Bustillo, director ejecutivo de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa
 - Abraham Andonie, presidente a.i. del Cohep
 - Jacobo Kattán, presidente de la Asociación Hondureña de Maquiladores
 - Elías Lizardo, director de la Fundación para la Promoción de la Democracia y el Bienestar Social
 - Norman García Paz, director de CIPRESS-FIDE
 - Guillermo Matamoros, Asociación Hondureña de Maquiladores
 - Adolfo J. Facussé, Asociación Nacional de Industriales



www.cna.hn

Col. Las Minitas, Ave. Juan Lindo N. 502
Tel.(504)231-1095/231-1254/231-1289/Fax:231-1458



CEH



CEH



COHEP



CRU



CTH



COCOCH



FECOPRUH



FOPRIDEH



ANDEPH



AMHON



FONAC



AMC