

Confidencialidad Vs. Ocultamiento

El valor de comunicar en la empresa

Por Mtra. Rocío Gutiérrez
Adscrita al Depto. de Estudios Empresariales.
Universidad Iberoamericana.

El comunicar es de gran valor para la empresa, el no comunicar también puede serlo. Ser valiente y abrir el paraguas ético para decidir es una condición indispensable para vivir en paz con la empresa y con uno mismo.

“**T**e voy a decir algo, pero por favor no se lo digas a nadie, es estrictamente confidencial... De fuentes muy confiables escuché que... Esto no es conveniente que se sepa, podría costarnos muy caro...”. Comentarios como estos circulan a diario en las empresas; pareciera que tienen una especie de motor que los ayuda a penetrar fácil y rápidamente en todos los niveles y en todos los rincones organizacionales. Es como un gusto perverso por participar de lo prohibido, por conocer lo confidencial y lucrar con la información, adquiriendo prestigio, fuerza y poder con la posesión de un “gran tesoro”.

Ventajas y beneficios cuantificables

En la última década, la comunicación organizacional ha ganado cada vez más espacios en la práctica de muchas empresas e instituciones, en los textos de profesores, en la agenda de diversos investigadores y en las lecciones impartidas en las aulas de varias universidades. Se han hecho esfuerzos considerables por demostrar que el buen manejo de la información y la inclusión de estrategias de comunicación vinculadas a los objetivos generales de las empresas, representan ventajas y beneficios cuantificables para ellas, para sus accionistas, sus clientes, proveedores y empleados.

Una postura asumida y defendida por los expertos en comunicación, se refiere a la necesidad de producir más y mejor información en momentos de crisis o de cambios organizacionales para combatir la incertidumbre y confusión que tanto perjudican la imagen y productividad de la empresa. Se habla de los beneficios que otorga a la vida empresarial el pugnar por un ambiente rico en información.

Dentro de esta corriente de ideas, que sugieren mayor transparencia y acceso a la información, surge la necesidad de

hablar de un concepto que se refiere justo al inverso de la apertura antes referida, se trata de la confidencialidad.

Confidencialidad

Con el fin de recabar algunos datos sobre lo que la gente piensa a propósito de la confidencialidad, realizamos una encuesta no probabilística a 150 respondientes, entre ellos, ejecutivos, académicos y empresarios con amplia experiencia laboral.

A la pregunta: ¿Qué debe ser confidencial en una empresa?, las respuestas incluyeron los siguientes temas que referiré textualmente:

Planes y proyectos, aspectos estratégicos en general, estrategias comerciales, fusiones y adquisiciones, elementos que conforman la ventaja competitiva de la empresa, políticas de comercialización, posibles cambios estructurales, tecnología muy especializada, investigación y diseño de productos o servicios y desarrollo de nuevos productos.

Además, lanzamientos de nuevos productos, sistemas y estrategias de trabajo, fórmulas, patentes, procesos, sueldos, cambios de directivos, promociones y aumentos, posibles recortes y liquidaciones, despidos, evaluaciones de desempeño, expedientes de empleados, políticas de recursos humanos, estados financieros, información que pueda poner en riesgo el prestigio de la empresa, datos o información perteneciente a clientes, todo aquello que no necesite una persona para hacer su trabajo, fallas en modelos de exportación, costeos, ventas, utilidades, pérdidas, fórmulas, know how (conocimiento del negocio).

Esta variedad tan amplia de temas nos parece alarmante. Simplemente no es posible que todos los conceptos señalados formen parte de la “confidencialidad” en una organización. Tal vez esto obedezca a que no se tengan criterios claros para jerarquizar y distinguir el grado de “sensibilidad” de la información, pero lo que sí es importante señalar es que las personas necesitan saber acerca de su empresa, datos suficientes para poder realizar su trabajo de manera sana y productiva, y puedan, además, generar una perspectiva de presente y futuro dentro de su mundo laboral en la medida que el entorno cambiante se lo permita.

Por Paola Hernández.

La Contaduría, más que un título académico

Hoy en día, la profesión del Contador tiene una gran gama de posibilidades en las empresas, por lo que a quienes estudian la carrera de contabilidad no se les puede llamar únicamente contadores, cuando son más que este título académico. Así lo señala Jesús David Sandoval Ledesma, estudiante del séptimo semestre de Contaduría en la Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás.

“Es elemental estar preparado en todos los campos de la profesión, pero existe una gran diferencia entre aportar e interactuar con conocimientos en diversas disciplinas y hacer todo el trabajo de las mismas; primero tenemos que recordar quiénes somos y en qué estamos especializados”, subraya Jesús, quien enfatiza que los egresados de la carrera deben ser reconocidos por el esfuerzo y actividades encomendadas con remuneración justa, ya sea para mejorar en el puesto o tener la capacidad de poder adquirir más responsabilidades en diversas áreas. Cabe señalar que “existen empresas que pagan por 20 actividades, y quieren que uno realice 100 como estrategia de remuneración rentable”.

Para Jesús, “la importancia de la contaduría en México radica en el orden, planeación y destino de los recursos bien ejercidos por la organización de adentro hacia fuera y viceversa, el enriquecimiento de la carrera se ha ido actualizando y cada día son más los que estudian y trabajan en el sector. Además de prepararse ejecutivamente, hace falta que el contador se familiarice con la cultura en sus distintas manifestaciones, como son la música, pintura, escultura, deporte y demás.

“El interés de este acercamiento modificaría la actitud y la expresividad de cada uno de ellos, se fortalecería y cambiaría positivamente su salud tanto física como mental, así como la vida laboral, familiar y de pareja; finalmente los objetivos serían cumplidos y el contexto sería exitoso”, concluye.

Elementos válidos

¿Cuál es, entonces, aquella información que, por lo tanto, debe ser confidencial?

Veámoslo de la siguiente manera: La información que se produce y surge de la organización avanza en dos derroteros posibles: o sale a la luz, o permanece en la oscuridad en manos de uno o de unos cuantos. Ambas posibilidades pueden, a su vez, generar distintas consecuencias para la organización, dependiendo de la intención y de la estrategia que utilicen, entre los que se encuentran cuatro alternativas:

Fuga. La irresponsabilidad de decir. “La propensión a ir y venir de chismes, difamar o desacreditar a alguien, la siempre amenazadora presencia de las “orejas”, género de espías o traidores, el lamentable protagonismo y deslealtad de quien es un “corveidile”; la debilidad de un funcionario o ejecutivo que no sólo no resuelve el conflicto que alguien le confió, sino que se apresura a comunicárselo a la parte adversaria, el cual está dentro o fuera de la organización. El que abusa de la confianza depositada en él, es sin duda, una amenaza para la organización”.

Ocultamiento. El poder y el status de no decir. El ocultamiento doloso de la información es una cara falsa de la confidencialidad legítima. Consiste en guardarse para sí la información y obtener con ello poder, estatus y beneficio personal. Es aquí donde cabe perfectamente la frase “información es poder”. Información que pesa, que no trabaja en favor de la empresa, que no se comparte. Puede soltarse a cuentagotas como pequeñas evidencias de prestigio. Este tipo de información suele ser un arma para amenazar, chantajear y, por supuesto, corromper.

Apertura. El valor de decir. “Decir”, cuando esto representa beneficios para la organización, es buscar el poder de la información a través de compartir, es crear sinergia, aprovechar talentos, desarrollar confianza, trabajar en armonía y libertad. Identificaremos esta fase con el nombre de “apertura”.

Desde luego que un clima de apertura requiere de un sinnúmero de fortalezas individuales en los niveles directivos, entre los que se pueden mencionar: un conocimiento vasto de la empresa y de la información que en ella se produce y circula, un criterio selectivo en favor de su organización; el valor para “decir” o compartir a pesar de, aparentemente, perder poder; el valor para “no decir” o no compartir a pesar de correr el riesgo de volverse impopular, y una buena dosis de humildad para recibir retroalimentación sin descalificar.

Confidencialidad. El valor de no decir. Los tres cuadrantes anteriores se refieren al valor innegable que ofrece el “decir lo que se tiene que decir”. Pero sabemos que existe información que, por necesidad, es legítimamente “confidencial” para la organización. Me refiero a el valor de no decir con la siguiente intención: es probable que en la empresa tengamos compromisos o intereses. Es posible también que debamos favores y nos sintamos obligados o presionados a pagarlos con “información sensible”.

¡Qué difícil es guardar silencio!

Fuga, ocultamiento, apertura, confidencialidad... todo esto puede resultar muy confuso, sobre todo cuando pisamos terrenos límite. ¿En qué momento la apertura produce fugas? ¿Qué marca las fronteras entre la confidencialidad y el ocultamiento? Yo no encuentro otra respuesta más que la integridad de cada persona, en especial de cada líder. La intención que dirige su acción. ❁