

El código de conducta empresarial

El código de conducta de una empresa es una herramienta indispensable para fomentar el ejercicio de la cultura de la legalidad y la transparencia, así como para incorporar e implementar fundamentos morales y éticos de carácter universal a través de la declaración de principios y valores. Su creación debe provenir de la cultura organizacional de la empresa, la cual determina los patrones, valores, símbolos, lenguaje y prácticas que se ven reflejados en la forma como las personas con cargos directivos, gerenciales o administrativos, la conducen y en el desempeño de las y los colaboradores.

Dominique Lamoureux¹ plantea que los códigos de conducta no deben ser iguales ni parecerse, ya que plasman la cultura específica y el espíritu de cada empresa o sector de actividad.

La diversidad es prueba de su autenticidad. Los principios básicos serán los mismos, pero la forma de abordarlos será diferente de una empresa a otra. La empresa puede ser pequeña o de gran tamaño, pero el código de conducta siempre debe contar con el respaldo de las altas autoridades y el involucramiento de sus grupos de interés.

En esta herramienta no pueden faltar las pautas para resolver situaciones problemáticas de la actividad cotidiana de la empresa, aunque hay que tener en cuenta que es imposible que todo esté contemplado en él. Este documento de consulta está en permanente evolución acompañando el desarrollo del negocio.

El código de conducta debe ser conocido y practicado por todos los colaboradores y colaboradoras de la compañía sin importar los cargos que desempeñen, también las personas intermediarias, proveedoras y miembros de su cadena de valor, lo deberán respetar.

Lamoureux considera que el código de conducta sirve para afirmar tres principios de conducta fundamentales: cumplimiento con la ley en todos los casos, desarrollo del negocio con honestidad e integridad y cero tolerancia a la corrupción.

¹ Lamoureux, D. (2013) "Codes of Conduct", en François Vincke y JulianKassum (eds.). ICC Ethics and Compliance Training Handbook. París: International Chamber of Commerce.

Funciones

Un código de conducta cumple con las siguientes funciones:²



² Manual para elaborar códigos de ética empresarial, Montevideo: DERES, pp. 25-26.

Beneficios

Los beneficios para las empresas de contar con un código de conducta se clasifican en internos y externos. A continuación, se mencionan algunos:³

Beneficios internos

Enmarca la actuación de las y los colaboradores y orienta a las personas empresarias a actuar con imparcialidad

- Los códigos no solamente fijan las expectativas corporativas de actuación de las y los colaboradores, sino que son aplicables a todas las personas de la organización, gerencia y personas directivas. Esto permite que las y los participantes de la empresa se ordenen bajo los mismos principios.

Indica las pautas de conducta y los criterios que regirán a las y los colaboradores de la empresa al realizar acciones o tomar decisiones en el contexto de los negocios

- Un código coloca a todos los integrantes de la empresa bajo los mismos principios, pautas de conducta y criterios para el trato con clientes (as), proveedores (as) y otros grupos interesados. Permite documentar la manera como se han resuelto situaciones y conflictos en el pasado y establecer premios y castigos.

Genera lealtad y cooperación de las y los colaboradores hacia la empresa

- Un código crea un ambiente e instaura seguridad laboral que promueve los mejores y más nobles intereses de la empresa.

Motiva a las y los colaboradores

- Cuando una empresa implementa un código contribuye a establecer una cultura ética interna que motiva a sus colaboradoras y colaboradores a ser partícipes de ese proyecto.

Mejora la rentabilidad y reduce los costos funcionales

- Los valores contenidos en un código velan por mejorar la eficiencia, reduciendo la necesidad de una supervisión directa sobre la conducta de las colaboradoras y colaboradores y evitando su permanente rotación.

Protección de los intereses económicos

- El cumplimiento de un código protege los intereses económicos de la empresa, ya que establece normas para salvaguardar los activos tangibles e intangibles.

³*Ibid.*, pp. 27-28.

Beneficios externos

Previene conflictos

- La aplicación del código previene o reduce situaciones de riesgo para la empresa, ya que los temas se tratan internamente, antes de ser regulados por la ley.

Mejora la confianza de las personas inversionistas

- Un código garantiza una mayor confianza y certeza a las personas accionistas porque su inversión generará la rentabilidad ofrecida, cumpliendo con los principios éticos establecidos. De esta manera, las actuaciones de la gerencia y las y los colaboradores están respaldadas por la transparencia y los valores en los que cree la empresa.

Atrae a personas altamente calificadas

- Atrae a profesionales que desean trabajar en una empresa que hace públicos los valores y la cultura organizacional.

Mejora la imagen corporativa ante la sociedad

- Un código práctico y razonable, bien fundamentado y coherente, es un elemento clave de legitimidad que permite ganar el respeto y lealtad de los clientes (as), proveedores (as) y comunidades. Proyecta una imagen concreta y sincera respecto del compromiso con que una empresa maneja sus negocios.

Desincentiva la corrupción en las compañías competidoras

- Permite a la empresa enfrentar situaciones o acciones en que la competencia actúa fuera de los parámetros de la ética empresarial.