

APÉNDICE **B** **PACTO ÉTICO EMPRESARIAL DE PANAMÁ Y PRINCIPIOS BÁSICOS DE ÉTICA EMPRESARIAL**

El Pacto Ético Empresarial de Panamá y Principios Básicos de Ética Empresarial se basan en las “Pautas Básicas para los Códigos de Conducta Empresarial” desarrolladas por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos junto con la Cámara Rusa de Comercio e Industria y el Comité de Desarrollo Empresarial de Estados Unidos-Rusia. El Pacto panameño y los Principios Básicos fueron desarrollados por la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE) y por miembros de la Comisión de Coordinación y Redacción del Pacto Ético Empresarial de Panamá.

Pacto ético empresarial de Panamá

Los abajo suscritos, en representación de gremios del sector privado, por considerar fundamental el reconocimiento y promoción de principios y valores éticos en las relaciones comerciales, nos comprometemos a trabajar en una propuesta integral de ética empresarial, desarrollando en conjunto una iniciativa medular compuesta por las siguientes siete (7) vertientes que confluyen y se complementan entre si*:

I.- PRINCIPIOS BÁSICOS DE ÉTICA EMPRESARIAL

Acogemos los principios básicos de ética empresarial -contenidos en documento anexo al presente Pacto, y que forma parte integral del mismo-, que consisten en principios y estándares generalmente aceptados que habrán de servir por si solos como referencia o parámetro para las empresas en Panamá en materia de conducta ética empresarial, o para que con base en ellos desarrollen sus códigos de conducta ética empresarial, o para que adecuen dichos códigos, en caso de que ya los tengan. Nos comprometemos a promover la adhesión de estos principios por parte de todas nuestras empresas agremiadas, así como también a promover su aceptación por parte de empresas no agremiadas. Así también, nos comprometemos a establecer como requisito para optar por la membresía en nuestros respectivos gremios, el que la persona o empresa acoja primero los Principios Básicos de Ética Empresarial.

* La Comisión de Coordinación y Redacción del Pacto Ético Empresarial de Panamá, durante sus varias reuniones convocadas desde la sede principal de la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE), ha aprovechado la facilitación ofrecida por la Red del Pacto Global-Panamá, que promovió el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y cuenta con la colaboración del Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América, en función del “Programa de Buen Gobierno” que promueve este último.

2.- DIÁLOGO Y COORDINACIÓN, PERMANENTE E INCLUYENTE.

En Panamá se han dado distintos eventos, conferencias, seminarios y foros sobre ética en el sector privado, que han logrado un nivel de reconocimiento general sobre la importancia de prácticas transparentes y éticas. Como un siguiente paso en la misma dirección, nos comprometemos a establecer un mecanismo para que se de un diálogo y consulta permanente dentro del sector privado, sobre el tema de la ética empresarial, en forma coordinada y cada vez más incluyente, a efecto de poder avanzar de la manera más eficaz en cuanto a la implementación de prácticas de ética empresarial; lo anterior incluirá el establecimiento o fortalecimiento de medidas concretas y efectivas que aseguren que el actuar ético prevalezca en el sector empresarial panameño.

3.- CAPACITACIÓN EN MATERIA DE ÉTICA EMPRESARIAL

Reconocemos que para instaurar una cultura ética en forma sostenible y duradera, es necesaria la capacitación como resultado de la cual se ha de lograr el fortalecimiento de la habilidad en el sector privado para implementar programas de ética empresarial sostenibles en las distintas empresas. Con ello en mente, acogemos con beneplácito la colaboración ofrecida por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos y el PNUD-Panamá, en cuanto a la capacitación en materia de ética empresarial; se trata de un programa que se divide en dos, uno para “*Capacitar al Capacitador*”, diseñado para enseñar a personas dinámicas los conocimientos y habilidades necesarias para construir y mantener un programa sobre ética en sus respectivas empresas, y el otro consistente en un programa de capacitación general en materia de ética empresarial, que persigue brindar a los participantes un curso rápido sobre los principios básicos para establecer un programa sobre ética en sus respectivos negocios u organizaciones empresariales.

4.- DESARROLLO DE UN MANUAL DE ÉTICA EMPRESARIAL, Y DE OTRAS HERRAMIENTAS DE CAPACITACIÓN.

Reconocemos la conveniencia de contar con un Manual de Ética Empresarial para el fortalecimiento y vigencia permanente de una cultura ética en las empresas, y como una herramienta complementaria dentro de los procesos de capacitación y seguimiento.

5.- COALICIÓN ENTRE EL SECTOR PÚBLICO, LA SOCIEDAD CIVIL, Y EL SECTOR PRIVADO.

Manifestamos nuestra anuencia y disposición de invitar al gobierno nacional, y a la sociedad civil, para que en forma conjunta con el sector privado se establezca una coalición y mecanismo de coordinación, implementación y monitoreo permanente, en torno al tema de la conducta ética en la sociedad panameña, el diagnóstico del problema en forma integral, y posibles soluciones concretas y efectivas, con efectos sostenibles y duraderos.

6.- INSTAURAR EL ACTUAR ÉTICO EMPRESARIAL EN UNA FORMA SOSTENIBLE Y DURADERA.

El “*actuar ético*” supone transparencia, y que en toda empresa se ejerza un verdadero liderazgo ético; que se le de el valor que corresponde a una conducta ética. Supone que los integrantes de una empresa, empleados y empleadores, actúen en el ejercicio o desempeño de sus funciones diarias teniendo siempre en mente preceptos éticos básicos, con base en lo que llamamos un buen “*gobierno corporativo*”, que no es más que un conjunto de principios y actos mediante los cuales se planifican estratégicamente y se fijan los principales objetivos, estableciéndose los procesos de seguimiento sujetos a controles internos y externos, para la verificación de su efectiva ejecución.

Al hacer alusión a “*principios*”, nos referimos a principios generales tales como la probidad; prudencia; justicia; templanza; idoneidad; responsabilidad; obediencia; y a principios particulares tales como la aptitud; capacitación; legalidad en la actuación; veracidad; discreción; transparencia; equidad; igualdad de trato; ejercicio adecuado de las funciones inherentes a cada cargo; uso adecuado de los bienes de la empresa; uso adecuado del tiempo de trabajo; colaboración; uso adecuado de la información; obligación de denunciar actos de corrupción; dignidad y decoro en la actuación; honor; tolerancia; equilibrio en el discernimiento, etc.

Nos comprometemos a desarrollar una iniciativa integral en materia de ética empresarial tendiente al reconocimiento y adopción de los referidos principios, y el fomento e implementación de un buen gobierno corporativo en las empresas, en forma sostenible y duradera.

7.- MECANISMO DE EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA CONDUCTA ÉTICA EN LAS EMPRESAS.

La generación e implementación de nuevos paradigmas quedarían en el aire e incompletos sin procesos reeducativos, publicidad a lo interno y externo de la corporación, así como el establecimiento de registros y archivos, capaces de soportar una auditoría general (“*Auditoría Ética*”, si se quiere) que abarque lo expuesto, ya sea ésta interna o externa, y la apropiada publicidad de resultados.

Entender, aplicar y aceptar el nuevo concepto de forma integral implica la anuencia a someterse formalmente y de manera pública, a un proceso de evaluación y certificación, sobre la forma como se adoptan las decisiones éticas en las distintas empresas, quién las adopta y cómo son las mismas revisadas dentro de una empresa. Lo anterior, sumado a la comprensión de que ello agrega valor y promueve beneficios tangibles a las empresas, sean del tamaño que sean, que desean diseminar de manera transparente su apego y valorización de aquello que abarcan, en todas sus dimensiones, particularmente en materia de actitudes y conductas estructuradas hacia el “*actuar ético*”. La propuesta, según lo ha ideado y conceptualizado la APEDE, comporta una suerte de nueva norma tipo ISO, para la certificación de la vigencia, observancia, cumplimiento, eficiencia y eficacia del actuar ético empresarial.

En tal sentido, la estructuración, establecimiento y funcionalidad integral, sujeta a la debida credibilidad, de una entidad certificadora del actuar ético de las empresas que así se sometan a dicho proceso, es pertinente y necesaria. Tal como lo es el comprender y aceptar las ventajas y riesgos involucrados en tal aceptación, ya que la entidad autorizada para certificar, también lo estaría para sustraer la certificación.

Los abajo suscritos, en conclusión, trabajaremos en el desarrollo de una iniciativa sostenible en materia de ética empresarial, apoyando el establecimiento de mecanismos concretos y efectivos, según lo indicado en los párrafos anteriores.

EN FE DE LO CUAL, suscribimos el presente documento en la ciudad de Panamá, a los veintiún (21) días del mes de octubre de dos mil tres (2003).

Firmantes (sector privado): Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE); Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIYAP); American Chamber of Commerce (AMCHAM); Colegio Nacional de Contadores Públicos Autorizados de Panamá; Asociación Bancaria de Panamá (ABP); Bolsa de Valores de Panamá (BVP); Asociación Panameña de Aseguradores (APADEA); Colegio Nacional de Periodistas; Sindicato de Industriales de Panamá (SIP); Unión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa (UNPYME); Asociación Nacional de Financieras (ANAFI); Asociación de Corredores de Bienes y Raíces (ACOBIR); Colegio Nacional de Abogados (CNA); Asociación Médica Nacional; Sociedad Panameña de Ingenieros y Arquitectos (SPIA); Consejo Empresarial Estados Unidos- Panamá (USPA); Asociación de Pequeños y Medianos Productores; Cámara Oficial Española de Comercio; Asociación de Usuarios de la Zona Libre de Colón; Consejo Nacional de Periodismo.

Testigos (sociedad civil): Consejo de Rectores de Panamá; Transparencia Internacional - Capítulo de Panamá; Fundación Panameña de Ética y Civismo; Compromiso Panameño Social (COMPASS); Club Rotario de Panamá; Club de Leones de Panamá; Club Kiwanis Panamá; Club Activo 20-30.

Testigos (iglesias históricas): Conferencia Episcopal Panameña; Comité Ecuménico de Panamá; Iglesia Católica; Iglesia Metodista del Caribe y las Américas; Iglesia Episcopal de Panamá; Iglesia Evangélica Metodista.

Testigos (sector público): Órgano Ejecutivo (Presidente de la República); Órgano Legislativo (Presidente de la Asamblea Legislativa); Órgano Judicial (Magistrado Presidente de la Corte Suprema de Justicia); Procuraduría General de la Nación; Procuraduría de la Administración; Defensoría del Pueblo; Superintendencia de Bancos; Comisión Nacional de Valores; Superintendencia de Seguros y Reaseguros.

Refrendado por: Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América; Embajada de los Estados Unidos en Panamá; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Panamá; Red del Pacto Global de Responsabilidad Social de las Empresas - Panamá.

Primer empresario en acoger el Pacto y adherirse a los Principios Básicos de Ética Empresarial, en nombre propio y de las empresas que representa: Señor D. Federico Humbert (Empresa General de Inversiones, S.A.).

Principios básicos de ética empresarial

Los principios básicos son de aplicación a todo tipo y tamaño de empresas que desean desarrollar sus actividades internas y externas dentro del marco conceptual de una conducta o actuar ético, lo cual es fundamental en cuanto a su efectividad como empresa, así como en su condición de “ciudadano corporativo”, recibiendo por ello el merecido respaldo de sus asociados, clientes o usuarios, y forjándose una larga y honorable trayectoria y un prestigio en cuanto a honestidad e integridad, dos valores fundamentales que alcanzarán un merecido reconocimiento, al igual que una garantía de éxito presente y futuro.

Sin la intención de puntualizarlos en forma completa, se trata de algunos principios éticos, prácticas de un buen gobierno corporativo y políticas generalmente aceptadas, que han de ser adoptados e implementados sector por sector, empresa por empresa, teniendo en cuenta la legislación y reglamentaciones aplicables, así como también circunstancias específicas, tales como el tamaño de la empresa:

I.- GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD DE RENDIR CUENTAS

Prácticas para la vigencia de un buen gobierno corporativo, incluyen entre otras las siguientes:

A.- MECANISMO DE CONSULTA, SEGUIMIENTO Y AUDITORIA ÉTICA

El actuar ético no sólo debe ser una política crucial de la empresa; también la empresa podría establecer un mecanismo interno de consulta, seguimiento y auditoría ética, que involucre toda la estructura del gobierno corporativo de la empresa, para que sirva de consulta, revise y de seguimiento a las prácticas de auditoría interna de la empresa, a la vez que supervise otros aspectos de los sistemas de control y preparación de informes financieros, así como las políticas de ética empresarial.

B.- INFORMES ACERCA DE INFRACCIONES

De la misma manera, todo representante de la empresa que crea que otra persona dentro de la empresa esté violando las políticas de la empresa o leyes locales, o esté por involucrarse en alguna actividad que podría afectar el prestigio de la empresa, debería comunicarlo inmediatamente según el mecanismo interno de consulta, seguimiento y auditoría ética que para ello cada empresa determine.

C.- CONTABILIDAD Y CONTROLES INTERNOS

Para controlar los asuntos de una empresa y mantener la precisión de sus informes financieros, es esencial registrar, en forma exacta, la información contable de todas las transacciones realizadas. La información precisa es el lenguaje que comparte la gerencia con las diversas funciones dentro de la

empresa y también debe ser la consigna común en comunicaciones con accionistas y otras audiencias.

El registro, conservación y elaboración de informes financieros debe cumplir con las disposiciones legales correspondientes, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y con los lineamientos de control emitidos por cada empresa. En cuanto a las operaciones que implican un registro contable, tales registros se deben ingresar con precisión y honestidad, y respaldados en todo momento por documentación que sustente la transacción, que cumpla con los requisitos fiscales y que sea exacta. Para su preparación se requiere razonable detalle, registro en las cuentas contables y asientos en el momento que suceden las operaciones. Esta prohibido modificar o falsificar documentos, registros e informes, así como ocultar información que pueda alterar los registros financieros y afecte o pueda afectar a la empresa.

Esta responsabilidad no es exclusiva de los contadores que registran las transacciones realizadas, sino de prácticamente todo representante de la empresa que de alguna manera contribuya a la creación de los registros de la empresa mediante la confección de informes de gastos, registros de tiempo o de tareas realizadas, informes de actividades, etc.

La implementación de un sistema de auditoria eficaz ha de asegurar la conformidad con las políticas, procedimientos y controles establecidos, y contribuirá a identificar las deficiencias potenciales de control para que puedan ser corregidas con rapidez. Se considera que la función interna de auditoria en la empresa es un recurso esencial, que desempeña un papel fundamental al proporcionar a la gerencia evaluaciones sobre la efectividad de los controles internos de las funciones de contabilidad, operación y administración. Se requiere que todos los empleados presten su entera colaboración a los auditores. No se puede tolerar la realización de declaraciones falsas o engañosas a los auditores, sean éstos internos o externos, lo cual constituirá una falsificación de registros. Ningún empleado, ejecutivo ni directivo ha de interferir con el proceso de auditoria ni retener registros.

Todo representante de la empresa que tenga información o conocimiento sobre fondos o bienes no registrados o sobre cualquier acto prohibido, se debe sentir en libertad para comunicarlo según el mecanismo interno de consulta, seguimiento y auditoria ética que para ello cada empresa determine, para lo cual es recomendable que las empresas asignen la autoridad y funciones correspondientes a un Oficial de Cumplimiento.

Un Manual Interno sobre esta materia habría de contener información detallada sobre controles internos en cada sección de la empresa, y deberá ponerse a disposición de todos los empleados que desempeñan tareas de control interno.

D.- CONDUCTA FRAUDULENTO

Los representantes de una empresa no pueden participar de ningún plan para estafar a persona alguna en cuestiones de dinero, posesiones o la prestación honesta de servicios. La empresa depende de sus controles internos y de la integridad personal de todas las personas que allí laboran para salvaguardar sus bienes contra daños, robos y otros usos no autorizados. Entre las irregularidades se cuentan las actividades deshonestas o fraudulentas, que conducen a la

apropiación indebida de bienes de la empresa con fines de lucro personal. Los representantes de una empresa que sospechen o tengan conocimiento sobre irregularidades de esta índole, deberán notificarlo de inmediato según el mecanismo interno de consulta, seguimiento y auditoría ética que para ello cada empresa determine.

E.- CONFLICTOS DE INTERESES, REGALOS Y PAGOS INADECUADOS

Los representantes de una empresa no han de utilizar sus puestos o las ventajas o influencias en la empresa con fines de lucro personal o de terceros. De igual manera no han de hacer ni prometer pagos ni obsequios a funcionarios o empleados de ningún cliente o gobierno.

La empresa ha de respetar la privacidad y los derechos individuales de sus empleados en lo que respecta a la conducción de asuntos personales. No obstante, cada uno tiene una responsabilidad fundamental para con la empresa y, por lo tanto, ha de evitar toda actividad que interfiera o aparente interferir con el cumplimiento de dicha responsabilidad. Si algún representante de la empresa realiza una actividad comercial externa o tiene otros intereses que afectan de manera desfavorable el desempeño de su trabajo, o podrían hacerlo, existe un conflicto de intereses.

Pueden surgir situaciones en las que las actividades de un representante de la empresa entren en conflicto con los intereses de la empresa y afecten desfavorablemente el prestigio de la compañía o sus relaciones con terceros, o bien interfieran con el cumplimiento de las responsabilidades laborales de tal representante de la empresa. Se debe establecer el mecanismo apropiado a efectos de asegurar que los representantes de una empresa tomen plena conciencia de que deben evitar dichas actividades tanto en el trabajo como fuera de él. Es responsabilidad del representante de una empresa evitar actividades de esta naturaleza así como asociaciones o intereses que interfieran o puedan interferir con el ejercicio del criterio independiente por parte de tal representante de la empresa, en cuanto al desempeño de sus responsabilidades con la empresa. También es responsabilidad del representante de la empresa evitar toda actividad que aparente causar un conflicto de intereses, independientemente de que exista o no conflicto alguno.

Ningún empleado, ejecutivo y directivo ha de recibir remuneración alguna aparte de la otorgada por la empresa, incluyendo comisiones u honorarios, por servicios prestados a ninguna persona u organización en nombre de ésta, ni aceptará regalos o servicios que excedan su valor nominal por parte de ninguna persona que realice negocios con ella, o quiera hacerlo. Cuando un representante de la empresa considere inadecuado en determinadas circunstancias rechazar un regalo que no deba ser aceptado, dicha persona deberá consultar según el mecanismo de consulta, seguimiento y auditoría ética que al efecto se determine, para determinar un curso de acción adecuado.

A continuación se detallan algunos ejemplos de actividades que han de estar prohibidas, debido a que podrían infringir la política de conflicto de intereses de la empresa; estos ejemplos se incluyen únicamente a manera de ilustración y con ellos no se pretende abarcar todos los casos posibles:

- Actividades externas de los empleados o ejecutivos, que si bien en sí mismas pueden no representar un conflicto de intereses, pero que afectan desfavorablemente el desempeño laboral cuando exigen demasiado tiempo por parte de ellos, en detrimento del cabal cumplimiento de las funciones que les son inherentes en función de sus respectivos cargos o posición dentro de la empresa para la cual laboran.
- Una relación de negocios con algún individuo o un interés considerable en alguna organización que operen, o quieran operar con ésta, en calidad de proveedor o cliente, o bien que compita con la empresa misma.
- La utilización o divulgación de los secretos comerciales de la empresa u otra información confidencial o de acceso restringido.
- La compra o venta de propiedades sobre la base de información interna, con fines de beneficio propio.

Si se tiene alguna duda respecto de alguna situación de conflicto de intereses real o potencial, se deberá consultar según el mecanismo de consulta, seguimiento y auditoría ética que cada empresa establezca.

F.- GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se trata de la manera en que se recoge, mantiene y divulga la información acerca de las personas afectadas, prácticamente a todos los individuos con quienes se relaciona la empresa. En tal sentido, la empresa debe respetar el carácter confidencial o restringido de la información, que incluye información computarizada relacionada con individuos tanto identificados como identificables. Con tal objeto, la política de la empresa habrá de consistir en prevenir la divulgación no autorizada o inadecuada de dicha información. De igual manera, la empresa no divulgará el salario de un empleado a una entidad bancaria o financiera donde el empleado haya solicitado un préstamo, sin el previo consentimiento explícito por escrito de éste.

Los activos de información de la empresa constituyen recursos importantes. Dichos recursos incluyen información en cualquier forma, ya sea obtenida de otros o desarrollada por ésta, y en cualquier sistema de almacenamiento, procesamiento o transmisión de información. La política de la empresa habrá de consistir en garantizar la disponibilidad, integridad y confidencialidad de estos recursos de manera tal que sea consecuente con el riesgo y valor comercial.

Los representantes de una empresa han de tener la responsabilidad de entender el valor comercial de sus recursos de información; asimismo, de la obligación de conocer los riesgos asociados con la posibilidad de que se comprometa la disponibilidad, integridad y confidencialidad de dichos recursos. Todos han de ser responsables de tomar los recaudos necesarios para garantizar la protección de los recursos de la empresa según el riesgo y el valor comercial. La información de la empresa sólo debe utilizarse en procura de los intereses comerciales de la misma y ningún empleado, ejecutivo ni directivo deberá usar ni divulgar dicha información durante su período en la empresa ni después de él.

II.- RELACIÓN CON LOS EMPLEADOS

Las empresas tienen una responsabilidad importante frente a los empleados. A continuación algunos principios básicos que típicamente guían la actitud de empresas exitosas hacia sus empleados:

A.- TRABAJO EN EQUIPO Y TRATO EQUITATIVO Y JUSTO

La clave del éxito de muchas empresas es el trabajo en equipo de su personal, el respeto por los empleados en sus relaciones con la empresa, los programas de capacitación y promociones que faciliten el desarrollo humano.

Las políticas de la empresa deben estar orientadas al pago de salarios que sean lo suficientemente competitivos como para atraer y retener personal de alto calibre, brindar incentivo y retribuir el rendimiento de alto nivel, al tiempo de permitir al empleado una calidad de vida decorosa.

B.- EVITAR LA DISCRIMINACIÓN Y EL HOSTIGAMIENTO

Cada empresa habrá de comprometerse a cumplir las leyes que prohíben la discriminación en cuestiones laborales, por razones de cualquier tipo. La empresa deberá contar con una política positiva diseñada para brindar iguales oportunidades de empleo a todos, ante iguales condiciones, sin discriminación de ningún tipo.

Un aspecto esencial de dicho compromiso es ofrecer iguales oportunidades de empleo, y mantener un entorno de trabajo en el que los empleados puedan realizar sus tareas sin hostigamientos físicos ni verbales por razones de cualquier tipo.

C.- MANTENER ESTÁNDARES ADECUADOS DE SALUD Y SEGURIDAD

Las empresas habrán de proporcionar a sus empleados un lugar de trabajo sano y seguro, y establecer los parámetros de conducta apropiados, que esperan de sus respectivos empleados.

III.- PRINCIPIOS EN LAS RELACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES

Ninguna Ley o norma contractual puede anticipar las posibles vicisitudes de la vida. Con frecuencia un empresario se ve ante la necesidad imperativa de tomar una decisión con base en el buen sentido y la conciencia. La clave radica en siempre aplicar principios éticos y morales en las relaciones personales y profesionales con respecto, entre otros, a los siguientes temas: Política de Abuso de Drogas y Sustancias Psicotrópicas, Violencia en el lugar de trabajo, Información Confidencial, Sistemas de computación y otros recursos técnicos (Internet, correo y correspondencia electrónica, acceso a archivos y programas), Privacidad en el lugar de trabajo, etc.

IV.- RELACIÓN CON OTRAS EMPRESAS Y CON EL CONSUMIDOR

Una relación de confianza mutua en la cual todas las partes se benefician, constituye el aspecto más significativo en las relaciones con otras empresas. La reputación de la empresa es su activo más valioso. Ello es que una vez queda maculada la reputación de una empresa, es muy difícil ganarse la confianza en las

relaciones con otras empresas. Algunos de los principios básicos que generalmente propician la confianza mutua en las relaciones empresariales incluyen el compromiso a la excelencia en cuanto a los productos y servicios; el compromiso de ganarse el respeto y la confianza en todas las relaciones comerciales; el respeto a la transparencia contractual; en caso de controversias de tipo comercial, la voluntad de negociar y lograr compromisos a efectos de llegar a una solución pacífica; y el respeto a la Ley, incluyendo el pronto acatamiento de las decisiones judiciales, arbitrales o de otros entes administrativos.

En adición a lo anterior, la sana relación con otras empresas y con el consumidor también ha de abarcar lo concerniente a las leyes antimonopolio y lo relativo a la competencia desleal.

El propósito de las leyes antimonopolio y de competencia desleal es asegurar un sistema de mercado justo, libre y competitivo. Si bien las empresas compiten, enérgicamente, en todas sus actividades empresariales, sus esfuerzos en este sentido deben realizarse según la letra y el espíritu de las leyes antimonopolio pertinentes y de competencia desleal existentes.

Las responsabilidades contra la monopolización tienen que ver con las relaciones con la sociedad, los competidores, clientes y proveedores, acuerdos y contactos con competidores. Algunas de las ofensas más graves contra las normas antimonopolio se producen entre competidores, tales como acuerdos para fijar precios o dividir clientes, territorios o mercados.

El propósito de cada empresa debe ser constituirse en la mejor opción para sus clientes, para lo cual deberán en todo momento comportarse con profesionalismo e integridad, al tiempo que suministra servicios y/o productos de calidad oportunamente y en el lugar acordado. Al escoger a sus clientes y/o mercados, las empresas no pueden establecer diferencias discriminatorias ni acuerdos previos entre competidores o potenciales competidores, sino que en todo momento sus decisiones de selección de mercado deberán estar basadas en criterios de negocios.

Los regalos, atenciones y otras cortesías para con competidores, clientes, actuales o potenciales, pueden justificarse por propósitos comerciales legítimos; en todos los casos, dichas deferencias deben ser legales. En cuanto a los gastos que ello suponga, deben registrarse en forma exacta y específica. Ha de estar prohibido solicitar o condicionar una negociación a la entrega de una atención, cortesía o regalo; han de exceptuarse los artículos promocionales y las atenciones u otras cortesías que sean legales, se apeguen a las prácticas comerciales usuales y no comprometan o aparenten comprometer la objetividad de la negociación o de la relación comercial.

V.- RELACION CON LA COMUNIDAD GLOBAL, Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Así como una empresa es parte integral de la comunidad en la cual la misma desarrolla su actividad, una relación sólida con la comunidad es esencial. En tal sentido, las empresas han de atender lo referente a la protección de las personas y del medio ambiente.

Así, ha de ser política de la empresa proteger la seguridad, la salud de las personas y el medio ambiente. A tono con los valores de la empresa y sus metas, ha de ser

política de la empresa el lograr reconocimiento y admiración por su dedicación a la seguridad, salud y excelencia en materia del medio ambiente, llevando a cabo sus negocios de manera socialmente responsable y ética, y evitando hacer negocios con otras empresas que no mantengan estos principios o actitud.

La Responsabilidad Social de las Empresas comporta también el respeto y defensa de los derechos humanos fundamentales; contribuir de modo responsable al desarrollo de las comunidades; apoyar y alentar el apoyo a actividades educativas y a las personas más desfavorecidas; y apoyar los esfuerzos para eliminar la corrupción y delitos financieros.

VI.- RELACIÓN CON AUTORIDADES GUBERNAMENTALES

Las empresas bien administradas son empresas que acatan las leyes. A efecto de mantener relaciones sólidas con las autoridades gubernamentales, las empresas, empresarios y empleados han de pagar todos sus impuestos, acatar todas las reglamentaciones que les sean aplicables, y obtener todos los permisos, licencias y aprobaciones requeridos para desarrollar sus respectivas actividades comerciales, entre otros aspectos.

Los representantes de una empresa no deben a nombre de ésta pagar, prometer, ofrecer o autorizar el pago de cosa alguna de valor a funcionarios gubernamentales, partidos políticos, funcionarios de partidos políticos, candidatos a cargos públicos, funcionarios de organizaciones públicas, con el fin de obtener o retener réditos económicos. Pagos de esta naturaleza han de ser estrictamente contrarios a las finalidades éticas de la empresa, aun si la negación a realizar tales pagos puede ocasionar la pérdida de clientes. Tampoco habrán de ser permitidos pagos a funcionarios públicos para agilizar tramitaciones de naturaleza alguna.

VII.- PREVENCIÓN DE EXTORSIÓN Y SOBORNO

Los principios relativos a la prevención de la extorsión y el soborno conllevan el establecimiento de un método de autorregulación por parte de las empresas. La aceptación voluntaria de estos principios por parte de las empresas no solamente promoverá elevados estándares de integridad en las transacciones comerciales, ya sea entre empresas y entre éstas y entes gubernamentales, sino que también protegerá a las empresas sujetas a intentos de extorsión.

La comunidad empresarial ha de objetar toda forma de extorsión y soborno. La prioridad máxima debe estar dirigida a erradicar la extorsión y el soborno que involucre a políticos y altos funcionarios gubernamentales. El soborno y la extorsión amenazan las instituciones democráticas y ocasiona graves distorsiones en la economía del país.

Ninguna persona o empresa debe en forma directa o indirecta pedir o aceptar un soborno, y debe rechazar cualquier insinuación de soborno.

VIII.- CONTRIBUCIONES Y ACTIVIDADES POLÍTICAS

Ha de reconocerse y respetarse el derecho que tienen los representantes de una empresa para participar en actividades externas a la empresa, como es el caso de actividades de carácter político. En estos casos, tales actividades han de ser

legales y no interferir con los deberes y responsabilidades contraídos con la empresa, ni comprometerla.

Se entiende por contribución política la entrega de dinero, bienes, servicios, derechos o cualquier otro recurso, a partidos políticos, organizaciones y/o asociaciones de carácter político, así como a candidatos a ocupar algún puesto de elección popular. El personal de la empresa ha de estar en libertad de realizar contribuciones políticas, siempre y cuando sea a título individual y no relacione directa o indirectamente a la empresa.

Se entiende por actividad política el ejercicio o desarrollo de cualquier actividad personal de carácter político. Puede incluir no sólo la militancia en un partido, organización o asociación política, sino también la postulación como candidato, la participación en una campaña electoral, o el desempeño de un cargo público de naturaleza política o dentro de algún partido político. Las empresas han de respetar el ejercicio de las actividades políticas que libremente decida llevar a cabo su personal, siempre y cuando tales actividades no interfieran con el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, y se realicen estrictamente a título personal. Durante el ejercicio de alguna actividad política, no se debe involucrar o relacionar a la empresa ni usar el nombre, símbolos, logotipos o algún otro signo que pueda asociarse con la empresa.

No ha de estar permitido que el personal realice actividades políticas en las instalaciones de la empresa, o utilice recursos de la misma con este fin. La empresa no se puede responsabilizar, en ningún caso, de la actuación de su personal en el desempeño de actividades políticas.

IX.- RECOMENDACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTOS PRINCIPIOS

Los Códigos de Conducta no han de constituir, como se está acostumbrado, un cuerpo legal conformado por capítulos y artículos; en el tratamiento de este tema ha de perseguirse, intencionalmente, escapar a criterios “legalistas”, y basarse más bien en criterios superiores, cuya génesis en esencia pertenece a la Ley Natural. Se trata entonces más bien de una serie de preceptos y políticas que, en función de la realidad y hábitos negativos mundanos muy arraigados que se hacen evidentes en nuestro actuar, han de expresarse puntualmente en forma de narrativa, como filosofía ideal de toda empresa, teniendo como norte el deber ser del empresario ético.

Con estos Principios o los Códigos de Conducta por si solos no puede ni debe pretenderse brindar respuestas definitivas a todas las preguntas. Es por ello que en última instancia se tiene que confiar en el criterio individual respecto de lo que se necesita para cumplir con los altos estándares de la empresa, lo que incluye el buen sentido, para juzgar cuándo es oportuno buscar asesoramiento respecto de la conducta adecuada que se ha de adoptar.

Las políticas éticas de toda empresa deben fundamentar su fiel propósito de siempre cumplir enteramente tanto con el espíritu como con la letra de la Ley. Aparte de ello, deben las empresas llevar a cabo sus actividades comerciales según los más altos estándares de honestidad e integridad, donde sea que estén presentes o dentro de su esfera de acción o incidencia en el devenir nacional. Cuando la Ley no sea clara o parezca contradictoria, o bien cuando se encuentre

en una de esas situaciones indefinidas, deben desempeñarse de manera tal que les enorgullezca divulgar todos los hechos acontecidos.

X.- INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA QUE PROMUEVA ESTÁNDARES SÓLIDOS DE ÉTICA EMPRESARIAL

A menudo, la prueba no consiste en darse cuenta de qué es ilegal sino en saber qué es lo apropiado. Nunca se debe permitir que los atajos, las verdades a medias, los compromisos y los oportunismos, ocupen el lugar de lo que es ético y legal. Estos actos convenientes o aparentemente inofensivos pueden perjudicar a la empresa y dañar su prestigio, que constituye uno de los pilares del éxito. Es por ello que ninguna empresa deberá tolerar conductas inmorales por parte de sus representantes.

Entre otras acciones la empresa deberá:

- Formar un equipo responsable para publicar, promover y llevar estos Principios o sus respectivos Códigos de Conducta al conocimiento de todo el personal dentro de la empresa, desde su inserción, así como periódicamente.
- Estar dispuesta a acogerse a un proceso de certificación y de-certificación de la Conducta Ética Empresarial.
- Crear los estándares éticos y normas pertinentes, así como los manuales de control internos, donde éstos no existan.
- Establecer un proceso de reconocimiento, premiación y estímulo para fortalecer el comportamiento ético en las actividades de la empresa.
- Fomentar la transparencia en la actuación empresarial; es decir, publicar, en los medios internos de comunicación con accionistas, ejecutivos y personal de la empresa respecto de la vigencia de éste proceso y su periódico cumplimiento.
- Generar programas efectivos de capacitación y desarrollo del personal, así como un programa de meritos y promociones, que se caracterice por la objetividad y publicidad en su aplicación.

Independientemente de su importancia para efectos de una diligencia de certificación, el respeto a los preceptos y políticas contenidas en los distintos Códigos de Conducta con base en los presentes Principios, ha de ser obligante para los representantes de una empresa.

XI.- VERIFICACIÓN DE DECISIÓN ÉTICA

La toma de decisiones éticas es esencial para el éxito de toda empresa. Diariamente, los representantes de éstas toman decisiones tanto grandes como pequeñas que, en conjunto, pueden tener un gran impacto en los resultados de nuestras operaciones comerciales y de nuestra cultura. Algunas decisiones son obvias y fáciles, pero otras no. Cuando uno enfrenta una decisión difícil, el cuestionario a continuación, para la "*Verificación de Decisión Ética*", puede resultar útil pues ha sido diseñado para ayudar a examinar las repercusiones éticas de las

decisiones. Definido con exactitud el problema y su origen, antes de llevar a cabo la decisión sería entonces preciso responder a todas las siguientes preguntas:

- ¿Es legal? Muy sencillo: si la acción es ilegal, es preciso abstenerse de realizarla. La empresa ha de desaprobar cualquier acto en contra de la Ley. Si se requiere información o aclaración acerca de las leyes aplicables, es menester consultar según el mecanismo interno de consulta, seguimiento y auditoría ética que cada empresa tenga a bien establecer.
- ¿Es consecuente con la política de la empresa? Si la acción propuesta no concuerda o no es coherente con las políticas de la empresa, no se debe llevar a cabo.
- ¿Beneficiará a todas o la mayoría de las personas involucradas? ¿Quiénes serán los afectados por la decisión? ¿Es lo mejor para ellos? ¿Es posible analizar el problema con las partes afectadas, antes de tomar la decisión?
- ¿Es consecuente con la filosofía de la empresa? ¿Concuerda con lo que se entiende por los valores fundamentales de la empresa?
- ¿Se podría revelar la decisión o actuación, sin escrúpulos, al gerente, ejecutivo principal de la empresa, a la junta directiva de la misma o a sus accionistas? ¿Podría la persona que enfrenta el dilema revelar la decisión o actuación a su familia, sin escrúpulos? ¿Se sentiría cómodo si fuera publicada en los diarios? Es preciso preguntarse si de todas maneras se realizaría la acción sabiendo que cada detalle aparecería en la portada del diario de mañana. En otras palabras, ¿cómo se sentiría?
- ¿Qué precedentes sienta la actuación, si es bien entendida? ¿Si la malinterpreta?

Es menester recordar que el mero hecho de que una acción no vaya directa o claramente en contra de la Ley o la política de la empresa, no significa necesariamente que sea ética. El proceso de evaluación para la toma de una decisión ética presupone, para cuestiones complejas, un ejercicio introspectivo de discernimiento que permita a la persona optar por la decisión correcta con base en el buen sentido, que es distinto del sentido común.

Para cualquier información adicional o consulta, favor contactar a:

Lcdo. Enrique Arturo de Obarrio

Téls. 227-3511 ó 225-3964 (APEDE)

eobarrio@obarriolaw.com