

ÉTICA CORPORATIVA: ALGUNOS ASPECTOS CLAVE EN SU IMPLANTACIÓN

Luis Rodríguez Domínguez

Profesor Titular de Universidad. Instituto Multidisciplinar de Empresa. Universidad de Salamanca

RESUMEN

Los continuos escándalos corporativos subrayan la necesidad de reforzar el enfoque ético dentro de las empresas. Asimismo, una opinión pública, cada vez más informada y exigente, requiere a las organizaciones incluir dentro de sus agendas las preocupaciones sociales y medioambientales, yendo más allá de un simple propósito de maximización de beneficios económicos. Todos estos elementos configuran un contexto en que la Ética Corporativa y la transparencia en la gestión cobran una especial relevancia.

Este artículo aborda algunos aspectos clave en la implantación de políticas de ética dentro de las organizaciones, como las razones y ventajas de dichas políticas, los factores de gobierno corporativo que pueden fomentarlas, las principales preocupaciones éticas en las empresas españolas, así como diferentes mecanismos de implantación, entre los que se comentan los Códigos Éticos, los Comités de Ética y los Canales de denuncia. Este estudio concluye con una reflexión sobre la necesidad de estos mecanismos y sobre dos elementos fundamentales: la mejora de la educación en temas éticos, y la respuesta penal.

1. INTRODUCCIÓN

La continua presencia de escándalos empresariales en los medios de comunicación, con casos de corrupción, deslealtad corporativa, remuneraciones excesivas y blindadas, evasión fiscal y uso de paraísos fiscales, entre otros, sugieren que existe aún mucho campo para reforzar la Ética Corporativa. Asimismo, la opinión pública es cada vez más exigente y requiere incluir las preocupaciones sociales y medioambientales en la agenda empresarial, moviendo a las empresas desde la esfera más estrictamente económica hacia una gestión integral de relaciones con múltiples grupos de interés (*stakeholders*).

Esta movilización ciudadana resulta especialmente activa en la lucha contra la corrupción (Salas, 2016; Díaz romero, 2017), en la que existe un amplio y creciente rechazo social. Así, España ha alcanzado una puntuación de 61 en el último Índice de Percepción de la Corrupción, ubicándose en el puesto 34 de 180 países (Transparencia Internacional, 2021), lo cual acaba mostrando una posición preocupante entre las democracias avanzadas.

En este contexto, no cabe duda de la importancia de mejorar la educación y la formación en temas éticos y la relevancia de diseñar herramientas de gestión ética (Lizcano Álvarez, 2021), entre las cuales los códigos pueden ser medidas adecuadas contra la corrupción en el sector privado. Sin embargo, aparte de la mejora de la educación y del diseño de medidas, es preciso atender a uno de los pilares fundamentales de la Ética Corporativa: la importancia del buen gobierno corporativo y, especialmente, la ejemplaridad de los altos directivos (Zúñiga Rodríguez, 2022, p. 74), en el sentido de

que “el clima ético que se establece en la cúspide de la organización empresarial determinará finalmente el comportamiento corporativo” (the tone at the top).

La necesidad de reforzar el enfoque ético dentro de las empresas tiene su origen, entre otras fuentes, en las expectativas de la sociedad (Svensson y Wood, 2008). La mayor amplitud y alcance de los diferentes grupos de presión, el incremento en la educación, con un sentido más desarrollado de la justicia social, el papel de las asociaciones profesionales o el poder de los medios de comunicación han motivado que las empresas no sean consideradas únicamente como agentes económicos, sino también como agentes del cambio social y medioambiental. El refuerzo de las actividades de responsabilidad social corporativa (RSC) responde a esta realidad, en la que los diferentes grupos de interés (stakeholders) no se centran exclusivamente en el éxito económico, sino que este ha de venir acompañado de un respeto al medioambiente y un cuidado de la comunidad local donde la corporación trabaja.

En este sentido, dos teorías subrayan el papel de la Ética Corporativa: la Teoría de los Stakeholders y la Teoría de la Legitimidad. La primera parte de que las empresas no son sólo responsables ante sus accionistas, sino también ante todos los individuos, grupos, etc. que tengan un interés particular en la compañía (Fleege y Adrian, 2004; García Sánchez et al., 2008), sobre la base de la búsqueda del bien común (Argandoña, 1998). La segunda teoría se centra en la legitimidad buscada por las empresas, cuyas actividades deben ser apropiadas dentro de un determinado sistema social (Lindblom, 1994); en el caso de que las actividades o los procedimientos no se ajusten a los estándares de valores de las sociedades en que interactúa, la empresa perdería la legitimidad para seguir operando.

Sobre la base de estos planteamientos previos, este artículo pretende realizar una revisión sobre aquellos factores que pueden fomentar el desarrollo de un clima ético dentro de las organizaciones, con especial énfasis en el gobierno corporativo, sobre las principales preocupaciones éticas de las empresas españolas, sobre diversos mecanismos que pueden ser especialmente útiles y eficaces para implantar políticas éticas, como los Códigos Éticos, los Comités de Ética y los Canales de denuncias de irregularidades, y sobre indicadores para revelar públicamente el compromiso ético. Esta revisión se basa en estudios previos en los que la literatura ha encontrado ciertos patrones de repetición, así como en el análisis de diferentes casos empresariales. Finalmente se extraen una serie de conclusiones a partir de esta revisión.

2. RAZONES Y VENTAJAS DE UNA POLÍTICA DE ÉTICA CORPORATIVA

El análisis de los beneficios derivados de llevar a cabo una política ética es siempre controvertido, puesto que el principal beneficio es ser éticos *per se*. Sin embargo, el campo empresarial, con la búsqueda de maximización de beneficios y de valor, puede requerir un plus argumentativo que convenza a los directivos más escépticos.

En este sentido, resulta relevante conocer los puntos de partida de la realidad actual que nos ha llevado a una necesidad de reforzar la ética corporativa. De acuerdo con Melé et al. (2006, p. 22), existen cuatro factores que estarían detrás del creciente interés en Ética Corporativa: (1) la desconfianza generalizada ante las actividades empresariales; (2) la demanda social de un mayor estándar de vida, en línea con las expectativas de la gente; (3) el requerimiento de que los directivos no actúen únicamente en su propio beneficio; (4) la mayor conciencia del creciente poder de las empresas, y la necesidad de regular las actividades de determinados grupos de interés. Todo ello llevaría a un mayor interés público en esta materia y a una mayor conciencia social, con un cambio en la perspectiva tradicional de buscar exclusivamente la maximización del beneficio a corto plazo como objetivo de negocio.

A través de la implantación de una apropiada política de Ética Corporativa, se conseguiría, en primer lugar, una mejora de la imagen y de la reputación empresarial (Lozano Aguilar, 2004; Melé,

2000). Al mismo tiempo, se respondería a las presiones de los grupos de interés, como consumidores, ecologistas, etc. y se protegería de riesgos y penalizaciones a los directivos, reforzando el cumplimiento de normas. De hecho, la implantación de un Código Ético resulta un atenuante en la legislación norteamericana en el caso de que se produzcan delitos corporativos, como muestra de que la empresa ha implantado, en lo posible, un esquema ético en sus actuaciones. Buena parte de las razones en la implantación de los actuales programas de compliance se derivan del deseo de atenuar o eximir la responsabilidad penal de las empresas en el caso de que se cometan delitos societarios, más allá del fin de mejora continua que pueden albergar.

Por último, no cabe duda de que una adecuada implantación puede contribuir al desarrollo humano de los empleados (Melé, 2000), evitando conflictos y favoreciendo la cohesión cultural. Tal como señala Cortina (2003, p 83.), aparte de ayudar a recuperar la confianza en la empresa, sería un excelente medio para recuperar la comunidad frente al individualismo.

3. FACTORES QUE FOMENTAN UNA POLÍTICA ÉTICA: EL GOBIERNO CORPORATIVO

Existen diversos factores que pueden incentivar una política ética de mayor alcance, como la legislación, la presión de los grupos de interés o las asociaciones profesionales. Sin embargo, existe un factor determinante y decisivo: el énfasis que puede adoptar el cuadro directivo y gestor y su ejemplaridad. Sin un equipo directivo ejemplar en cuestiones éticas y que se tome en serio la adopción de una política ética apropiada, los diversos mecanismos que pudieran implantarse estarían abocados al fracaso. Esta labor de los directivos y administradores se centra en los dos deberes que la legislación les asigna: el deber de diligencia y el deber de lealtad (Zúñiga Rodríguez, 2022). Ambos deberes conllevan que la administración busque no sólo la maximización de valor para los propietarios sino un interés social, puesto que la actividad empresarial afecta a numerosos colectivos, como trabajadores, acreedores o clientes. Asimismo, los directivos deben actuar con lealtad hacia la organización que los ha contratado, evitando conflictos de interés y el uso de su posición de poder para desviar riqueza desde la organización hacia su patrimonio personal. En resumen, la involucración del Consejo de Administración como máximo órgano directivo y la ejemplaridad de directivos y supervisores son claves a la hora de implantar con éxito una política de Ética Corporativa. Y al respecto, determinadas características del Gobierno Corporativo pueden ser especialmente incentivadoras de dicha política, como la independencia, la diversidad, el tamaño y el nivel de actividad del Consejo de Administración.

En primer lugar, estudios como Jo y Harjoto (2011) resaltan que una elevada proporción de consejeros independientes, conjuntamente con un mayor grado de seguimiento de analistas, son los factores de gobierno corporativo más relevantes de cara a un mayor compromiso ético y de responsabilidad social. Este tipo de consejeros suelen estar especialmente preocupados por su prestigio personal y por su reputación (Frías-Aceituno et al., 2014) y están interesados en mostrar el cumplimiento de la normativa y el comportamiento ético de la empresa (Ibrahim y Angelidis, 1995), evitando escándalos que pudieran afectar a su empleabilidad futura como directivos y consejeros.

Otro de los factores de gobierno corporativo más reseñables es el relativo a la diversidad del Consejo de Administración, y más concretamente a la diversidad de género. En este sentido, la literatura previa (Frías-Aceituno et al., 2014; García-Sánchez et al., 2008; Ibrahim y Angelidis, 1994; Ibrahim et al., 2009; Rodríguez-Domínguez et al., 2009; Tormo-Carbó et al., 2016) ha mostrado que las mujeres presentan una mayor sensibilidad a cuestiones éticas, con diferencias significativas con respecto a los directivos de sexo masculino (Ibrahim et al., 2009) y con una actividad mucho más proactiva hacia las prácticas de responsabilidad social (García Martín y Herrero, 2020; García-Sánchez et al., 2008). No obstante, existe controversia y resultados no concluyentes sobre este factor (ej, Ekin y Tezolmez, 1999; Herrera Mandueño et al., 2016; Loe et al., 2000).

El tamaño del Consejo también ha sido una característica estudiada detenidamente. Es habitual que muchas decisiones de trasfondo ético y de responsabilidad social conlleven debates y discusiones. Un consejo con más miembros puede aportar multiplicidad de puntos de vista, que generan decisiones más consistentes. Sin embargo, un número excesivo de miembros puede imposibilitar un consenso en la toma de decisiones, restar eficacia al Consejo (De Villiers et al., 2011) y finalmente generar más dificultades para promover este tipo de iniciativas. En esta línea, García-Sánchez et al. (2015) evidencia que una composición de quince miembros puede ser el tamaño óptimo; un Consejo con tal tamaño está mejor coordinado y tiene mejor comunicación, al mismo tiempo que aúna una amplia experiencia y conocimiento en cuestiones éticas por parte de sus miembros.

Del mismo modo, un alto nivel de actividad por parte del Consejo también suele implicar un mayor compromiso ético por parte de las empresas, especialmente a la hora de implantar códigos éticos (García-Sánchez et al., 2015; Lipton y Lorsch, 1992). Una mayor frecuencia de reuniones les permite a los consejeros tener una participación más activa en la estrategia de la empresa y un mejor control sobre la gestión de la compañía, generalmente llevando a un mayor interés en la transparencia y la ética (Lipton y Lorsch, 1992). En consecuencia, se ha evidenciado una relación entre la mayor actividad del Consejo y la implantación de políticas éticas instrumentadas en códigos (Frías-Aceituno et al., 2014).

Entre los factores vinculados al gobierno corporativo, se ha analizado la participación de los consejeros y altos directivos en el accionariado. Esta participación puede ser especialmente favorable en la gestión de los conflictos de agencia, de cara a la alineación de intereses entre el gestor-agente y el propietario. Sin embargo, en temas éticos se ha mostrado que esta participación, cuando es muy elevada, puede llevar a un atrincheramiento de la alta dirección y a una relativa despreocupación de los directivos por la ética (García-Sánchez et al., 2008; Rodríguez-Domínguez et al., 2009). Al aumentar la participación en el capital y el poder en el consejo, estos directivos y consejeros se encuentran con que la probabilidad de su dimisión disminuye, por lo que pueden surgir divergencias de intereses con los diferentes stakeholders. En este contexto, se acentúa la necesidad de una mayor presencia de consejeros independientes, que pueda contribuir a reducir estos conflictos.

Por último, cabe reseñar otro factor organizativo que, aunque no está directamente vinculado al gobierno corporativo, sí que ha sido ampliamente estudiado en la literatura previa: el tamaño de la empresa. Se trata de un factor cuyo análisis ha mostrado resultados diversos. Por un lado, se ha argumentado que las empresas de mayor tamaño (principalmente, las empresas cotizadas) tienen una mayor exposición pública de sus actuaciones y, en consecuencia, en busca de su legitimación, son más propensas a la implantación de políticas éticas y de actividades de RSC; asimismo, ese mayor tamaño también implica la disponibilidad de más recursos (financieros, humanos, técnicos) para tratar temas éticos (Fassin, 2008; Herrera Mandueño et al., 2016). Por otro lado, las pymes tienen una relación mucho más cercana con los clientes, empleados y la comunidad local, con una involucración (a veces inconsciente) en actividades de RSC. El impacto de prácticas no éticas también afectaría de forma significativa al entorno socio-económico en que se mueve la pyme, con una repercusión muy directa sobre su reputación y sobre su supervivencia. Caso especial sería el de las empresas familiares, que tienen una motivación de supervivencia en el tiempo y de herencia hacia futuras generaciones. Esta perspectiva, tan emocional y tan a largo plazo, les llevaría a una mayor participación en la comunidad local y a un especial cuidado por su reputación, aspectos en los cuales la Ética Corporativa desempeña un papel esencial.

4. PRINCIPALES PREOCUPACIONES ÉTICAS EN LAS EMPRESAS

A través de diferentes documentos, como los Códigos Éticos, los Estados de Información No Financiera y las webs corporativas, las empresas muestran cuáles son sus principales preocupaciones en materia de Ética. Diversos estudios (ej. García-Sánchez et al., 2009; Melé et al., 2006; Rodríguez-Domínguez, 2019, 2020) han subrayado estas preocupaciones para las empresas españolas, que, a su

vez, se extienden a otros países de la órbita iberoamericana (Rodríguez-Domínguez, 2020) en una muestra más de los efectos de la globalización económica y cultural. La Tabla 1 recoge la enumeración de las principales preocupaciones éticas.

Tabla 1. Preocupaciones éticas de las empresas españolas

Cumplimiento de la legalidad
Gestión del entorno laboral
Dedicación de los empleados
Uso eficiente de los recursos de la empresa
Suministro de información veraz
Relaciones con proveedores, clientes y comunidad local
Gestión medioambiental

Fuente: Elaboración propia a partir de Rodríguez-Domínguez (2019)

La principal preocupación ética de las empresas suele centrarse en el cumplimiento de la legalidad, aspecto que ha sido recurrente desde el inicio del diseño de códigos éticos. Al respecto, las corporaciones parecen compartir la visión de que se puede gestionar mejor o peor otros aspectos, pero si se gestiona mal este aspecto, la exposición pública que va a tener puede ser desastrosa. De hecho, muchos códigos éticos de las primeras etapas tenían como perspectiva proteger a la empresa de situaciones ilegales que habían generado sus empleados. Este cumplimiento de la legalidad se extiende a varios aspectos: el rechazo a cualquier forma de corrupción, soborno o extorsión, el respeto de los Derechos Humanos, la prevención del blanqueo de capitales, la responsabilidad fiscal de la empresa (cumpliendo con la normativa y evitando la ocultación de información) y la búsqueda de unas relaciones fluidas con las autoridades y con las administraciones públicas. Estas preocupaciones entroncan con la importancia actual de la lucha contra la corrupción y el fraude a nivel internacional, siendo el desarrollo de los Códigos Éticos una de las principales medidas de actuación (Díaz Romero, 2017).

La siguiente preocupación en orden de importancia, por número de páginas en los códigos y por la amplitud de enfoque al exponerlo, es la adecuada gestión del entorno laboral, en el que prime, ante todo, un clima de respeto, de rechazo a toda forma de discriminación, con una apropiada política de seguridad y salud laboral, y con unos procedimientos de promoción y evaluación centrados en el mérito, la capacidad y la igualdad de oportunidades, entre otros aspectos. Relacionado también con la fuerza laboral, un capítulo relevante en las preocupaciones empresariales se centra en la dedicación de los empleados, en el que las preocupaciones éticas abarcan los conflictos de interés y la gestión de regalos o cortesías empresariales.

La gestión de activos y de recursos y la gestión de la información también reciben especial atención en los Códigos Éticos, dentro del marco de las preocupaciones empresariales. En especial, se pretende que los empleados utilicen los recursos de la empresa de forma eficiente, responsable y apropiada, con mención específica a los medios informáticos, y que se respete la propiedad intelectual e industrial. Asimismo, se insiste en el suministro de información veraz, en la conservación de la información y su confidencialidad cuando proceda. Las organizaciones suelen destinar apartados específicos de sus webs y de sus Códigos para la información económico-financiera, para la que se resalta la necesidad de veracidad y suficiencia, y para la información privilegiada, apartado que se vincula con la gestión de los conflictos de interés.

Las preocupaciones éticas también abarcan las relaciones con los proveedores, competidores, clientes y comunidad local. En relación a los proveedores, se subrayan especialmente los aspectos del proceso de selección, en el sentido de que han de aplicarse criterios de calidad, eficiencia, coste y necesidad, manteniendo unos estándares de objetividad, imparcialidad y confidencialidad en dicho proceso. En lo que se refiere a los competidores, las empresas abordan estas relaciones con un doble enfoque: respeto a la libre competencia (evitando colusión) y honestidad en la forma de competir (sin generar descrédito sobre los competidores o publicidad engañosa). En lo que atañe a los clientes, las organizaciones insisten en la necesidad de crear unas relaciones duraderas, estables y fluidas con dicho

colectivo, con orientación hacia el cliente y trato profesional. Las relaciones con las comunidades locales implican cuidar especialmente los patrocinios, mecenazgos y colaboraciones, y apoyar a las necesidades locales; también en este capítulo suele mencionarse la neutralidad política como máxima a seguir en la gestión empresarial.

Finalmente, la gestión medioambiental se encuentra presente, en mayor o menor medida dependiendo del sector de actividad, entre las preocupaciones volcadas en los Códigos Éticos y en las webs corporativas. La protección de la diversidad, las medidas de eficiencia energética, la gestión adecuada de residuos y la minimización de los consumos son aspectos con especial atención en la implantación de códigos éticos. Este conjunto de preocupaciones se inserta dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Arroyo Hera, 2021), especialmente de los ODS 12-15.

5. MECANISMOS DE IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS ÉTICAS

Tras analizar los factores de gobierno corporativo que, de acuerdo con la literatura previa, pueden influir en la implementación de prácticas éticas y tras mencionar las principales preocupaciones éticas de las empresas españolas, a continuación se recogerán algunos de los mecanismos más eficaces para implantar políticas de Ética Corporativa dentro de las organizaciones. Entre los diversos mecanismos que pueden adoptarse (cfr. Svensson y Wood, 2011), se expondrán tres: los Códigos Éticos, los Comités de Ética y los canales de denuncia.

5.1. Códigos Éticos

Los Códigos de Ética o de Conducta pueden ser un mecanismo viable y apropiado para implantar una cultura ética a lo largo de una corporación y para manifestar públicamente el compromiso con una actitud ética en relación a las preocupaciones empresariales mencionadas. Por tanto, pueden considerarse no sólo como un mecanismo interno, que puede formalizar, incentivar y guiar la conducta ética, sino también como un mecanismo externo que permite una mejora de la reputación de la empresa. Cuando se publica (por ejemplo, en la web corporativa), demuestra que la organización tiene preocupación por la Ética (Wotruba et al., 2001), lo cual puede redundar en un fortalecimiento de la legitimidad de la empresa.

Melé et al. (2006) plantean un estudio sobre la implantación de Códigos Éticos en empresas de Argentina, Brasil y España, y exponen la opinión de los directivos sobre los motivos por los cuales han elaborado Códigos. Los directivos, al respecto, subrayan mayoritariamente tres razones: diseminar los valores o la filosofía de la empresa, presentar un compromiso público por parte de la organización y recordar a los empleados sus obligaciones (p. 27). Conjuntamente, proteger a la empresa contra acciones legales, evitar daño a la compañía, ganar ventajas competitivas y promover el desarrollo humano son también argumentos a favor de su implantación.

Sin embargo, es preciso tener en consideración diversos factores y circunstancias para que la implantación del código sea efectiva y se traduzca en un mejor comportamiento ético por parte de los integrantes de la empresa (Kaptein y Wempe, 1998; Lozano Aguilar, 2004; Melé, 2000; Melé et al., 2006): la necesidad de que conste por escrito y de que se haga público, la participación e implicación de todos los miembros de la organización en su desarrollo, el compromiso coherente con el proyecto por parte de la Alta Dirección y la dedicación de recursos y de tiempo. Así, Melé (2000) sugiere diversos consejos que pueden contribuir a su efectividad: que expresen compromisos bilaterales (del empleado hacia la organización y viceversa), que sean específicos (con referencia a las prácticas que se presentan de forma más habitual), que concreten cómo se va a reforzar su cumplimiento, que se revisen periódicamente, que se redacten con claridad, en términos sencillos y comprensibles, y que se cuide el tono, buscando que no sea ni autoritario ni paternalista. Ante todo, no ha de olvidarse que el Código forma parte de una política más amplia, por lo que debe estar integrado y ser coherente con

esta política, para que así pueda configurarse como una herramienta útil para la vida diaria de la empresa.

Por último, Lozano Aguilar (2004, pp. 195-196) complementa esta visión aportando cuatro aspectos que pueden mejorar la efectividad del código: claridad, brevedad, carácter positivo y no sancionador. El código ha de ser un documento de fácil lectura y comprensión, con un lenguaje llano; asimismo, debe cuidarse especialmente si se traduce a / desde otra lengua. Debe ser breve, ya que no puede configurarse como un manual con normas para cada posible situación, sino que ha de referirse a las cuestiones éticas esenciales. Su carácter debe ser positivo, más inspirador que sancionador; una redacción muy restrictiva acentúa la sensación de ser una imposición desde la dirección y puede favorecer el aprovechamiento de las lagunas regulativas. Finalmente, debe ser no sancionador, lo cual es un aspecto controvertido. De hecho, algunos estudios previos señalan que los códigos que explicitan las sanciones tienen un mayor grado de efectividad. Al respecto, cabe tomar un camino intermedio: no enunciar *detalladamente* las sanciones en caso de incumplimiento. De acuerdo con Lozano Aguilar (2004, p. 196), el carácter sancionador puede ser contraproducente dado que transmite la idea de control y desconfianza en los miembros de la organización y el hecho de incluir amenazas y advertencias provoca la obediencia más que la adhesión voluntaria de las personas.

5.2. Comités de Ética

De forma conjunta con los Códigos Éticos, las organizaciones han configurado Comités de Ética que pueden contribuir a una adecuada interpretación del Código, a una ayuda para los empleados que se enfrentan a dilemas éticos y a un mecanismo para la supervisión del cumplimiento de lo establecido. Entre sus funciones además puede estar la revisión periódica del código, lo cual contribuirá a reforzar su eficacia, respondiendo a los procesos de cambio y a los desafíos a los que se enfrenta cualquier organización.

Las funciones de un Comité de Ética pueden resumirse en cuatro facetas (Cortina, 2003, pp. 142-143; Mapfre, 2019):

- Consultivas, con el fin de solventar las dudas que surjan a partir del Código Ético y de asesorar sobre la actuación que proceda ante dilemas éticos;
- Resolutivas, con el propósito de estudiar y resolver las denuncias por incumplimiento del Código, así como comunicar las infracciones a los departamentos de Recursos Humanos;
- Vigilancia, para supervisar el cumplimiento del Código Ético, implantar mecanismos de control y acciones para su cumplimiento, así como proponer actualizaciones del mismo;
- Promoción, con la idea de comunicar de forma efectiva el Código a las personas afectadas.

5.3. Canales de denuncia

Las empresas que desarrollan Códigos éticos diseñan paralelamente procedimientos de denuncia interna de irregularidades, que suelen describirse en los apartados finales de los Códigos. En este aspecto, entre dichos documentos se pueden encontrar todos los extremos en cuanto a descripción y contenidos, desde códigos que detallan minuciosamente el procedimiento a seguir hasta códigos que simplemente indican la existencia de un canal interno, con una serie de datos de contacto.

El punto de partida de los canales internos de denuncia es que los propios empleados son la mejor fuente de información de lo que ocurre en la propia empresa (Goñi Sein, 2011, p. 324). Antes de que la conducta no ética se convierta en un incumplimiento flagrante que conlleve una pérdida reputacional para la organización, es muy probable que previamente algún empleado, cliente o proveedor haya sido consciente de la situación irregular. En consecuencia, una forma eficaz de identificar y, en lo posible, prevenir este tipo de situaciones puede ser diseñar un esquema que permita

comunicar el hecho o sospecha, con plenas garantías de imparcialidad y confidencialidad (Bacigalupo Saggese, 2011).

La eficacia de este sistema se basa en establecer un buen sistema de recogida de denuncias a través de los canales posibles (teléfono, email, procedimiento online), con un tratamiento eficaz de la denuncia y una adecuada protección del denunciante (Goñi Sein, 2011, p. 325-327; Salas, 2016). La efectividad se basa en que el denunciante de buena fe compruebe que, en efecto, se aplican criterios de imparcialidad y objetividad, o dicho en otras palabras, que el procedimiento sigue adelante. Evidentemente resulta desmotivador comprobar que una denuncia efectuada no se investiga ni siquiera en los aspectos más básicos, no se le da respuesta o que existen personas ‘intocables’ para quienes los compromisos del Código Ético no parecen afectar. Por otra parte, es fundamental asegurar al denunciante que puede actuar sin temor a represalias (salvo que se demuestre que ha actuado de mala fe o que la denuncia era manifiestamente falsa) y que se tratará con la confidencialidad y discreción que requiere un procedimiento como éste.

No cabe duda de que este procedimiento, implantado en muchas empresas del ámbito anglosajón (‘whistleblowing’), puede ser de dudosa eficacia en otros entornos socio-culturales, en los que la denuncia es vista con tintes negativos. Al respecto, cuando se explique el Código Ético y el diseño de este procedimiento, ha de realizarse una adecuada pedagogía para resaltar a los empleados que se trata de defender el interés vital de la empresa y el trabajo de los que actúan correctamente; y que, a medio y largo plazo, las conductas no éticas pueden afectar a toda la organización, por las potenciales repercusiones penales y por la pérdida de imagen y reputación que pueden conllevar.

6. REPORTING DE LAS PRÁCTICAS ÉTICAS

Aparte de la propia publicación del Código Ético, que suele alojarse en las webs empresariales, el actual marco de información corporativa permite revelar a las organizaciones sus actuaciones en el fomento de la Ética dentro de la empresa. Así, el Estado de Información No Financiera (EINF), requerido por la legislación española desde 2018 (Ley 11/2018, adoptando la Directiva 2014/95/UE), obliga a las entidades de interés público, a las empresas con más de 250 trabajadores en la actualidad o empresas de gran tamaño (facturación superior a cuarenta millones de euros o activo superior a veinte millones), a presentar información sobre: cuestiones medioambientales, cuestiones sociales y relativas al personal, respeto de los Derechos Humanos, lucha contra la corrupción y el soborno, e información sobre el compromiso con la sociedad.

Este documento viene a tomar el relevo de las anteriores Memorias de Sostenibilidad o Informes de Responsabilidad Social Corporativa, que, siguiendo algún marco internacional de referencia (ej. Pacto Mundial de las Naciones Unidas; Global Reporting Initiative GRI), proporcionaban información sobre el llamado Triple Bottom Line o información ESG (Environment, Social, Governance). El formato GRI, por ejemplo, ampliamente seguido por las empresas españolas (García-Benau et al., 2022), contiene un conjunto de indicadores para valorar la actuación ante las preocupaciones éticas de las empresas que se han resumido en el apartado 3: el cumplimiento de la legalidad, la gestión del entorno laboral, la protección del medioambiente, las relaciones con las comunidades locales, etc.

Dentro del EINF, y siguiendo los esquemas del GRI, se desarrolla un apartado de Gobernanza, Buen Gobierno y Transparencia, donde se recogen indicadores sobre Ética e Integridad. Del mismo modo, se recogen indicadores relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno. Este documento suele exponer las políticas y protocolos que se siguen, así como una evaluación de riesgos. Finalmente, se incluye un informe sobre el número de denuncias presentadas en los canales disponibles, el aspecto al que afecta y la resolución de las mismas.

La Tabla 2 recoge diversos ejemplos de indicadores utilizados para el reporting de aspectos éticos.

Tabla 2. Indicadores GRI relativos a aspectos éticos

<i>Ética e Integridad</i>	
GRI 102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta
GRI 102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas
<i>Gobierno</i>	
GRI 102-25	Conflictos de interés
<i>Dimensión económica</i>	
GRI 205	Lucha contra la corrupción
GRI 206	Competencia desleal
GRI 207	Responsabilidad fiscal
<i>Dimensión ambiental</i>	
GRI 302	Consumo de energía
GRI 306	Gestión de residuos
GRI 307	Cumplimiento ambiental
<i>Dimensión social</i>	
GRI 403	Salud y seguridad en el trabajo
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 406	No discriminación
GRI 407	Libertad de asociación y negociación colectiva
GRI 408	Trabajo infantil
GRI 409	Trabajo forzoso u obligatorio
GRI 411	Derechos de los pueblos indígenas
GRI 412	Evaluación de los derechos humanos
GRI 413	Comunidades locales
GRI 416	Salud y seguridad de los clientes

Fuente: Global Reporting Initiative (2014)

7. CONCLUSIONES

Estamos actualmente en un contexto en el que los ciudadanos demandan una actitud más ética por parte de las corporaciones y una intensificación de la responsabilidad social de éstas. Así, la movilización ciudadana está siendo crucial para la lucha contra la corrupción y el fraude, tanto en España como en América Latina (Díaz Romero, 2017; Salas, 2017).

Estas demandas acaban siendo incorporadas a las preocupaciones éticas de las empresas, que van más allá de la obtención de beneficios y del cumplimiento de la legislación, y que abarcan aspectos como una adecuada gestión del entorno laboral, una aportación constructiva y fructífera a las comunidades locales, un respeto hacia el medioambiente, etc. En este sentido, los Códigos Éticos pueden ser mecanismos adecuados para reflejarlos y para implantar una cultura ética dentro de la organización, conjuntamente con los Comités de Ética y con los Canales internos de denuncias de irregularidades.

Sin embargo, la implantación de estos mecanismos y la revelación de información sobre los mismos exigen un paso previo: un compromiso efectivo por parte de la Alta Dirección y un aumento de la transparencia en la gestión empresarial. Tal como se ha expuesto, el papel del gobierno corporativo acaba siendo crucial a la hora de fomentar una política ética. Esta ejemplaridad de los altos directivos acaba estableciendo el clima ético y determinará, en alto grado, el comportamiento corporativo (Zúñiga Rodríguez, 2022, p. 74). La presencia de consejeros independientes, dentro de Consejos diversos que tienen un nivel adecuado de tamaño y de frecuencia de actividad, suele constituir un aspecto relevante de cara a un mayor compromiso ético.

Adicionalmente, el incremento de la transparencia en la gestión empresarial acaba siendo un elemento esencial para evitar prácticas irregulares (Bacigalupo Saggese, 2011; Lizcano Álvarez, 2021). En palabras de Zúñiga Rodríguez (2022, p. 64), la mejor manera de prevenir la corrupción es aumentar la transparencia en la gestión, teniendo en cuenta que “no es posible aspirar en una Sociedad a corrupción cero; a lo que se puede aspirar es a que existan suficientes desincentivos para que los autores no procedan a realizar estos delitos” (p. 204).

En el campo de los desincentivos, cabe reseñar la importancia de la respuesta penal, que acaba siendo la última respuesta, pero es necesaria. De hecho, en América Latina, esta respuesta penal ha supuesto un gran avance en la lucha contra la corrupción (Díaz Romero, 2017; Salas, 2017). En este sentido, es necesario reforzar la legislación penal (Bacigalupo Saggese, 2011), con “medidas legislativas para establecer obligaciones jurídicas que favorezcan la gestión diligente y comprometida con el interés de la empresa y la transparencia en la información en las sociedades, y no con el lucro personal egoísta de sus dirigentes” (Zúñiga Rodríguez, 2022, p. 29). La autorregulación puede ser insuficiente cuando estamos ante conflictos de interés grave, por lo que sería fundamental disponer de mecanismos de control que favorezcan la transparencia y prevengan potenciales conflictos de interés.

La respuesta penal acaba siendo la lamentable consecuencia de un sistema que probablemente haya fallado en lo más básico: la educación en temas éticos. Tal como indica Lizcano Álvarez (2021), existe una falta de formación ética en los planes de estudio, con una importante carencia de educación ética en los colegios y universidades. Podemos implantar en las empresas sistemas eficaces de control interno, cuidar al máximo el gobierno corporativo, diseñar códigos de conducta y sistemas de canalización de denuncias internas, disponer de un Comité Ético que ayude en la toma de decisiones, pero la ética comienza a nivel personal, y la mejora de la educación en temas éticos permitirá a los futuros directivos comprender con mayor claridad las consecuencias y las implicaciones de las decisiones presentes y sus diferentes alternativas. En consecuencia, esta educación en temas éticos, demandada desde diversas esferas (Tormo-Carbó et al., 2016), puede ser la mejor inversión para luchar contra la corrupción, el fraude y las prácticas no éticas dentro de las empresas.

8. BIBLIOGRAFÍA

- ARGANDOÑA, A. (1998): “The Stakeholder Theory and the Common Good”, *Journal of Business Ethics*, 17 (9/10), pp. 1093-1102.
- ARROYO ILERA, F. (2021): “Objetivos de Desarrollo Sostenible: Contradicciones e Incertidumbres”, *Encuentros Multidisciplinares*, 69, pp. 1-10.
- BACIGALUPO SAGGESE, S. (2011): “Ética Empresarial y Responsabilidad Penal de las Empresas”, *Encuentros Multidisciplinares*, 39, pp. 1-7.
- CORTINA, A. (2003): *Ética de la empresa*. Madrid: Editorial Trotta, 6ª edición.
- DE VILLIERS, C., NAIKER, V. y VAN STADEN, C. J. (2011): “The effect of board characteristics on firm environmental performance”, *Journal of Management*, 37, pp. 1636–1663.
- DÍAZ ROMERO, C. (2017): “Normativa internacional en la lucha contra el fraude y la corrupción: Metodología y herramientas”, *Revista Internacional Transparencia e Integridad*, 5, pp. 1-10.
- DIRECTIVA 2014/95/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos
- EKIN, S. y TEZOLMEZ, S.H. (1999): “Business ethics in Turkey: An empirical investigation with special emphasis on gender”, *Journal of Business Ethics*, 18 (1), pp. 17-34.
- FASSIN, Y. (2008): “SMEs and the fallacy of formalising CSR”, *Business Ethics: A European Review*, 17(4), pp. 364–378.
- FLEEGER, E. y ADRIAN, E. (2004): “The Implementation of Corporate Ethics: A Comparative Study between Motorola and Ericsson”, *Journal of Undergraduate Research*, 7, pp. 1-9.

- FRÍAS-ACEITUNO, J.V., RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. y GARCÍA SÁNCHEZ, I.M. (2014): “Políticas contra la corrupción y el soborno: ¿se involucran de manera similar los consejeros en diferentes entornos corporativos?”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23, pp. 31–42.
- GARCÍA-BENAU, M.A., BOLLAS, ARAVA, H.M. y SIERRA-GARCÍA, L. (2022): “Non-financial reporting in Spain. The effects of the adoption of the 2014 EU Directive”, *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review*, 25 (1), pp. 3-15.
- GARCÍA MARTÍN, D.J. y HERRERO, B. (2020): “Do board characteristics affect environmental performance? A study of EU firms”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27, pp. 74–94.
- GARCÍA SÁNCHEZ, I.M., RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. y GALLEGO ÁLVAREZ, I. (2008): “La influencia del consejo de administración en la adopción de un código ético”, *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review*, 11 (2), pp. 93-120.
- GARCÍA SÁNCHEZ, I.M., RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. y FRÍAS-ACEITUNO, J.V. (2015): “Board of Directors and Ethics Codes in Different Corporate Governance Systems”, *Journal of Business Ethics*, 131 (3), pp. 681-698.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE [GRI] (2014): *Standards*.
<https://www.globalreporting.org/standards/>
- GOÑI SEIN, J.L. (2011): *Sistemas de denuncia interna de irregularidades (Whistleblowing)*. En Goñi Sein, J.L., *Ética Empresarial y Códigos de Conducta*. Madrid: La Ley, Wolters Kluwer España.
- HERRERA MADUEÑO, J., LARRÁN JORGE, M., LECHUGA SANCHO, M.P. y MARTÍNEZ-MARTÍNEZ, D. (2016): “Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos”, *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review*, 19 (1), pp. 31-44.
- IBRAHIM, N. A. y ANGELIDIS, J. P. (1994): “Effect of board members’ gender on corporate social responsiveness orientation”, *Journal of Applied Business Research*, 10, pp. 35–43.
- IBRAHIM, N. A. y ANGELIDIS, J. P. (1995): “The corporate social responsiveness orientation of board members: Are there differences between inside and outside directors?”, *Journal of Business Ethics*, 14, pp. 405–410.
- IBRAHIM, N., ANGELIDIS, J. y TOMIC, I. (2009): “Managers’ attitudes toward codes of ethics: Are there gender differences?”, *Journal of Business Ethics*, 90, pp. 343–353.
- JO, H. y HARJOTO, M. (2011): “Corporate governance and firm value: The impact of corporate social responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 103, pp. 351–383.
- KAPTEIN, M. y WEMPE, J. (1998): “Twelve Gordian Knots When Developing an Organizational Code of Ethics”, *Journal of Business Ethics*, 17, pp. 853–869.
- Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. BOE núm. 314, de 29 de diciembre de 2018, pp. 129833-129854.
- LINDBLOM, C.K. (1994): *The Implications of Organisational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*. Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- LIPTON, M. y LORSCH, J. W. (1992): “A modest proposal for improved corporate governance”, *Business Lawyer*, 48, pp. 59–77.
- LIZCANO ÁLVAREZ, J. (2021): “Otras propuestas sobre: a) Ética, b) Transparencia, c) Corrupción, d) Buen Gobierno, e) Justicia”, *Encuentros Multidisciplinares*, 69, pp. 1-9.
- LOE, T.W., FERRELL, L. y MANSFIELD, P. (2000): “A Review of Empirical Studies Assessing Ethical Decision Making in Business”, *Journal of Business Ethics*, 25 (3), pp. 185-204
- LOZANO AGUILAR, F. (2004): *Códigos Éticos para el mundo empresarial*. Madrid: Editorial Trotta.
- MAPFRE (2019): *Código Ético y de Conducta*. Disponible en
<https://www.mapfre.com/media/sostenibilidad/2019/codigo-etico-2019.pdf>
- MELÉ, D. (2000): “Políticas de ética empresarial: Posibilidades y limitaciones”, *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, 5, pp. 1-17.

- MELÉ, D., DEBELJUH, P. y ARRUDA, M.C. (2006): “Corporate Ethical Policies in Large Corporations in Argentina, Brazil and Spain”, *Journal of Business Ethics*, 63 (1), pp. 21-38.
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. GALLEGO ÁLVAREZ, I. y GARCÍA SÁNCHEZ, I.M. (2009): “Corporate Governance and Codes of Ethics”, *Journal of Business Ethics*, 90 (2), pp. 187-202.
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. (2019): “Preocupaciones éticas en las grandes empresas españolas: Alcance de los códigos éticos en el Ibex-35”, *Técnica Contable y Financiera*, 24, pp. 114-145.
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, L. (2020): “El cumplimiento normativo y los delitos económico-financieros: perspectiva desde los códigos éticos de Argentina, Colombia y España”, *Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 10 (2), pp. 125-143.
- SALAS, A. (2017): “Un análisis de la corrupción en América Latina”, *Revista Internacional Transparencia e Integridad*, 2, pp. 1-5.
- SVENSSON, G. y WOOD, G. (2008): “A Model for Business Ethics”, *Journal of Business Ethics*, 77, pp. 303–322.
- SVENSSON, G. y WOOD, G. (2011): “A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations”, *The Learning Organization*, 18 (1), pp. 21-35.
- TRANSPARENCIA INTERNACIONAL (2021): *Índice de percepción de la corrupción*. Transparencia Internacional España.
- TORMO-CARBÓ, G., SEGUÍ-MAS, E. y OLTRA, V. (2016): “Accounting Ethics in Unfriendly Environments: The Educational Challenge”, *Journal of Business Ethics*, 135, pp. 161-175.
- WOTRUBA, T.R., CHONKO, L.B. y LOE, T.W. (2001): “The impact of Ethics Code Familiarity on Manager Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 33 (1), pp. 59-69.
- ZÚÑIGA RODRÍGUEZ, L. (2022): *Corrupción corporativa: el precio de la deslealtad*. Madrid: Editorial Dykinson.