



Código de ética: base de la cultura organizacional

La ética en las empresas está ligada con el carácter y la conducta que se va formando en las personas y las organizaciones en su actuar cotidiano. Lo anterior consiste en crear y transmitir valores desde la alta dirección hacia todos los niveles de la organización, incluyendo al consejo de administración, el comité directivo y la alta gerencia como los principales ejemplos a seguir. Sin embargo, hoy en día resultan prácticas casi desconocidas para algunos individuos y organizaciones; hecho que se puede observar tras los múltiples casos de robo y fraude empresarial que se han dado a conocer en los últimos años.

Un código de ética plasma en su centro el conjunto de valores, normas y principios a ser adoptados como cultura del negocio, implantando una filosofía y una visión de trabajo que adicionalmente genere armonía entre accionistas, directivos, colaboradores y terceros, involucrados en la organización.

El comportamiento de los individuos dentro

de una organización se debe regir en torno al código de ética empresarial establecido, sin embargo, muchas veces la misma organización no es capaz de transmitir de manera correcta el código o peor aún, no cuenta con un código ético, claro y actualizado.

Una práctica que afecta a la cultura organizacional, se encuentra dentro del proceso de reclutamiento del personal. Al momento de que un individuo es seleccionado para integrarse a la organización, se le presenta el código de ética como un simple documento que debe firmar por cuestiones burocráticas. El error que cometen muchas organizaciones es no continuar con la explicación, difusión y promoción de dicho código más allá de la firma del colaborador.

No se trata simplemente de firmar un documento como una mera obligación, sino de adherirse a éste con compromiso. Para lograr la integración del personal y el

desarrollo del sentido de pertenencia, se debe tener una estrategia de difusión y transmisión de la filosofía, principios y valores desde los más altos niveles de la organización hacia el total de la pirámide organizacional; y en algunas ocasiones, hacia afuera de ella para transmitir dichos principios hacia los clientes y proveedores, quienes de alguna forma están involucrados en la operación de la empresa y la relación con éstos afecta los intereses y reputación de la misma.

Desde el momento en que un individuo se integra a las filas de una organización ya sea como empleado o proveedor, es necesario que éste conozca y comprenda con exactitud, los fundamentos del contenido del código de ética de la organización, así como las implicaciones del posible incumplimiento a éstos. Lo anterior es esencial para que a futuro el colaborador durante su práctica diaria sepa definir lo que es un buen o mal comportamiento, tomando conciencia de éste previo a tomar alguna decisión.

Como expertos en la implementación de

Sistemas Integrales de Ética, hemos identificado dos grupos de conductas no éticas que pueden llevarse a cabo dentro de una organización: las que repercuten al capital humano que conllevan violencia, abuso y discriminación; y aquellas que repercuten en daños al patrimonio como robos, fraude y temas de corrupción.

Ejemplo de la importancia del establecimiento y adecuada difusión de una cultura ética, se refleja en nuestro estudio denominado “Panorama de la denuncia ética en las empresas mexicanas 2013¹”. Las conductas no éticas que se realizan con mayor frecuencia son aquellas que repercuten al capital humano de la organización (representan 60%), encontrándose entre las más denunciadas el hostigamiento laboral, abuso de autoridad y abuso de confianza.

Por otra parte, las conductas que conllevan un daño al patrimonio representan 40%, siendo las más denunciadas el conflicto de intereses, las quejas de clientes y el fraude.

Adicional a lo anterior, con la más reciente reforma laboral en México se han identificado en

la Ley Federal del Trabajo el hostigamiento laboral y el acoso sexual como acciones en detrimento a los derechos humanos de los trabajadores, delimitando sanciones que van desde fuertes multas económicas hasta la rescisión del contrato laboral.

Dado el panorama anterior, es sumamente importante que las organizaciones revisen su normatividad interna y sobre todo, la difusión y apego -de todos los que colaboran en ellas- al código de ética y las buenas prácticas de negocio vinculadas a los reglamentos de trabajo y las políticas y procedimientos internos. Lo anterior con el propósito de generar un ambiente ético y de control que disminuya los riesgos relacionados a las conductas y prácticas no éticas.

Consideraciones finales

El Código de ética es la base de la cultura organizacional y debe ser de fácil acceso y comprensión para todos aquellos que están relacionados con la empresa. Este documento tiene como objetivos:

- Establecer y difundir los valores y principios

éticos de la organización.

- Comunicar los comportamientos que se desean de los empleados.
- Delimitar claramente los comportamientos que no serán tolerados: lo ilegal y lo inapropiado.
- Explicar las medidas que deben tomarse en caso de detectar conductas inapropiadas.

La creación, actualización y correcta transmisión del código de ética a través de todos los niveles de la organización es una de las mejores medidas de prevención contra las conductas no éticas.

Un buen código de ética organizacional así como una correcta transmisión del mismo, repercute de manera positiva dentro y fuera de la empresa, ya que mejora la relación existente entre empleados, proveedores y clientes, además de que fortalece la imagen y reputación de la empresa.

Las organizaciones pueden contar con la ayuda de un externo para la revisión y actualización del documento, así como para la generación de una estrategia para la buena transmisión.

¹ Deloitte México 2013.

Boletín de Gobierno Corporativo

Contacto:

Daniel Aguiñaga

Socio Líder de Gobierno Corporativo

Tel: 55 5080 6000

daguinaga@deloittemx.com

Rodrigo Badiola

Socio de Gobierno Corporativo

Tel: 55 5080 6000

rbadiola@deloittemx.com



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios.

Los más de 312,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos. Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende 3 Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta publicación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta publicación.