



La implantación de estos programas se ha generalizado en las empresas en los últimos años. GETTY IMAGES

# ¿SON ÚTILES LOS CÓDIGOS ÉTICOS?

**Los expertos aseguran que estos decálogos protegen la actuación de las organizaciones**

POR PEDRO DEL ROSAL

La semana pasada, el Partido Popular aprobó un nuevo código ético que endurecía las normas de conducta a las que deben ceñirse los empleados y cargos de esta formación. Entre otras exigencias, el texto prohíbe la apertura de “cuentas bancarias, cajas o fondos que no estén incluidos en la contabilidad” oficial del partido, o la aceptación de “regalos, atenciones o liberalidades”, tales como dinero en metálico o la asistencia a eventos deportivos de elevado coste económico.

Anticipándose a la reacción de los más escépticos, el prólogo del texto señala que su contenido no es “una mera declaración de principios”, sino que “ha de ser el pilar fundamental que guíe y oriente la actuación del Partido Popular y sus miembros”. Y es que es habitual que cuando el ciudadano de a pie escucha hablar de códigos

MÁS PRESIÓN

## Cumplir o explicar

La presión para que las empresas adopten normas de conducta ha aumentado tanto en los últimos años que la línea que separa las recomendaciones y las exigencias legales se ha vuelto un tanto difusa. Buen ejemplo de ello es el artículo 540 de la Ley de Sociedades de Capital, introducido en 2014, que obliga a las empresas anónimas cotizadas a publicar un informe en el que detallen el grado de seguimiento de las recomendaciones de gobierno corporativo. En caso contrario, deben explicar por qué no han seguido dichas pautas.

éticos o de conducta piense que son una manifestación puramente cosmética o propagandística, sin aplicación práctica o real.

El derecho está apoyándose más en la autorregulación como herramienta para empujar a las organizaciones a mejorar su gobernanza y sus pautas de actuación. De este modo, en la redacción de sus códigos éticos, las compañías deben atender a numerosas exigencias que provienen, entre otros, de los ámbitos mercantil, laboral y penal.

La implantación de estos decálogos se ha generalizado en las empresas en los últimos años, según **Lucas Osorio, socio director de Hogan Lovells**. Los escándalos destapados durante la crisis, explica, dejaron al descubierto “grandes agujeros éticos” en relevantes organizaciones internacionales y “crearon una marea a favor de regular las buenas conductas y las prácticas anticorrupción que poco a poco lo está inundando todo”.

Osorio establece dos niveles en el grado de incorporación. En el primero aparecen las cotizadas, en las que los códigos éticos tienen un papel “protagonista” derivado de la propia reglamentación interna que exige la cotización de sus valores. La Ley de Sociedades de Capital y la Ley del Mercado de Valores obligan a las compañías a dar pautas de conducta claras a sus directivos y empleados para evitar cualquier acción que atente contra la transparencia de los mercados y la libre formación de precios. “Alrededor de este primer rango de normas para evitar el uso de información privilegiada o el abuso de mercado se han configurado, casi de forma natural, los códigos éticos”, describe.

En un segundo nivel están las sociedades no cotizadas, en las que la relevancia de los códigos de conducta “debe ir en aumento”, según Osorio. Aquí resulta determinan-

te la implicación de los órganos de dirección para implantar unos valores y unas reglas de actuación en la compañía acordes a los mismos.

Donde no llega la legislación mercantil o societaria aparecen otras dos palancas muy potentes que empujan a las empresas a dotarse de estos decálogos: el Derecho penal y el laboral. Para Juan Antonio García Jabaloy, responsable del área de penal-económico de DLA Piper, los códigos éticos “son la base de los programas de prevención de delitos (o *compliance*)”, que deben servir a las empresas para poder escapar de una imputación o una condena por los ilícitos que cometan sus empleados.

### Riesgos penales

Antes de redactar su articulado, deberán estudiarse los riesgos penales a los que se ve expuesta la empresa. Y a partir de ellos, incorporar al código las disposiciones necesarias para después desarrollar el plan de cumplimiento. Así, manifiesta García Jabaloy, la parte penal de un código ético no puede ser la misma, por ejemplo, para una firma de infraestructuras que opera a escala nacional que para una multinacional del sector alimentario, porque están expuestas a delitos distintos.

En el ámbito laboral, los códigos se han convertido en una herramienta determinante para ordenar la relación entre empresa y trabajadores. Así lo reconoce la jurisprudencia, que los define como una “manifestación del poder de dirección del empresario” que, en todo caso, no puede sustituir ni contradecir lo establecido en la ley o en los convenios colectivos. “Son un complemento muy importante, especialmente para la fijación de políticas internas que regulan, por ejemplo, el uso de los vehículos de empresa o los medios tele-

**Los escándalos destapados con la crisis han hecho reaccionar a las empresas**

**Las normas de conducta deben ser comunicadas a la plantilla para poder exigirse y sancionarse**

máticos”, indica Talmac Bel, socio de laboral de Fieldfisher Jausas.

Es decir, aunque el código no puede crear sanciones, puede concretar las que genéricamente se contengan en el convenio. Por ejemplo, especificando cuándo se considerará uso personal de un móvil de empresa y, por tanto, puede ser sancionable. Para ello, es clave que la empresa pueda probar que ha comunicado a la plantilla la normativa. “Si no puede acreditar que el trabajador es conocedor de esas reglas, es como si no existieran”, subraya Bel.

De hecho, este extremo fue determinante en una sentencia que apoyó a Inditex, donde el Supremo fijó cuándo es legítimo que una compañía inspeccione el correo electrónico de un empleado. Es necesario que demuestre que ha informado a la plantilla y, además, ha advertido de la existencia de mecanismos de vigilancia. Las organizaciones tienen interés por publicitar su adhesión a las buenas prácticas, coinciden los juristas. García Jabaloy lo resume así: “Vender transparencia ayuda a tener una buena reputación. Y con ella mejora el negocio”.

### IMPORTANTE EMPRESA

#### PRECISA

INCORPORAR EN SU SEDE SOCIAL EN MADRID

#### CHÓFER/ CONDUCTOR

que desempeñará las funciones propias del puesto para la Alta Dirección de la Compañía.

**Buscamos** una persona responsable y capaz de planificar y organizar su trabajo. Serio, discreto y con rigor profesional.

#### Se requiere:

1. Nivel de Formación de Graduado Escolar / ESO.
2. Es imprescindible una experiencia previa en puesto similar de más de 3 años en conducción de vehículos blindados de alta gama y personas VIP.
3. Todos los carnés de conducir.
4. Buen conocimiento del callejero de Madrid.
5. Total disponibilidad horaria y para viajar.
6. Familiarizado con el manejo de GPS y sistemas de navegación. Conocimientos básicos de mecánica.

#### Se ofrece:

1. Contrato Indefinido
  2. Alta Remuneración.
- Interesados, enviar su currículum a la siguiente dirección:

**cpvpo2018@gmail.com**