

PAUTAS PARA UN COMPORTAMIENTO ÉTICO EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL

Tabla de contenido

Preámbulo

- 1 Introducción
- 2 El Industrial y la Cámara de Industrias
- 3 Convicciones éticas
- 4 Pautas éticas
- 5 Procedimientos

"Todo esto tiene que ver con la cuestión de la libertad, que es el asunto del que se ocupa propiamente la Ética... Libertad es poder decir "sí" o "no"; lo hago o no lo hago,...; esto me conviene y lo quiero, aquello no conviene y por tanto no lo quiero. Libertad es decidir, pero también ... darte cuenta de que estás decidiendo."

Fernando Savater, *Ética para Amador*, cap. III

Preámbulo

La Cámara de Industrias de Costa Rica se propuso la preparación de un documento que sirviera de referencia para orientar las pautas de conducta ética de las empresas industriales asociadas en el desenvolvimiento de las actividades que les son propias, es decir, en el ámbito de los negocios.

El documento que sigue a este preámbulo – denominado PAUTAS PARA UN COMPORTAMIENTO ÉTICO EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL - es el resultado de esa elaboración y es presentado a los asociados como una guía. No se pretende con él sustituir o debilitar el ámbito jurídico, ni tampoco deben buscarse en él solemnes enunciados indiscutibles que tracen de una vez y para siempre la línea divisoria entre el bien y el mal sino más bien una orientación para que las empresas establezcan o acomoden sus propias previsiones y reglas de conducta, explícitas o no, a lo que les sea aplicable en cada caso. En otras palabras, se reconoce que existe una casi infinita y compleja variedad de circunstancias y encrucijadas éticas en la constitución y en la vida operativa de las empresas, para las que no siempre existe una respuesta única. Las pautas de este documento, teniendo en cuenta esto, se han preparado en términos de qué se debería o de qué no se debería hacer, pero dejan abierto a las empresas el “cómo hacer” o “cómo asegurar que por lo general se hará lo correcto” en cada caso, en cada circunstancia, en cada encrucijada.

El documento trata a la vez ser inspirador, didáctico y útil tanto al que busca una respuesta orientadora como al que eventualmente debe juzgar sobre si hubo o no una trasgresión. Sin embargo, no contiene todas las soluciones. Se apela al buen saber y entender y a la experiencia de cada lector, y en ese sentido se trata de un documento abierto, inconcluso. Es por tanto tarea de cada usuario, con su aplicación a situaciones concretas, su conclusión y perfeccionamiento.

No se oculta que la oportunidad de la decisión de preparar este documento ha estado relacionada con los significativos casos de relaciones impropias entre empresas y autoridades públicas conocidos en el año 2004 en nuestro país. Secciones del documento se han dedicado a la relación entre la empresa y las instituciones públicas. Pero sería un error apelar a la Ética sólo en los negativos casos de corrupción; mucho del desenvolvimiento empresarial es radicalmente ético en el sentido más afirmativo y constructivo, como las páginas que siguen ponen de manifiesto.

Un agradecimiento especial se extiende a las empresas que han aportado sus experiencias y visiones para la elaboración de este documento.

Los autores
Marzo de 2005

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Actividad empresarial, Ética y Economía

La actividad empresarial es una forma global de denominar un conjunto de actividades de carácter netamente económico que tienen lugar en el desenvolvimiento natural de la vida de la empresa. Si nos sustraemos por un momento a los aspectos más tecnológicos que acompañan esas actividades, encontraremos que todas ellas son objeto de estudio de la Economía. Así, comprar, transformar, agregar valor, contratar, cotizar, vender, presupuestar, financiar, planear o proyectar y hasta innovar son todas, en efecto, actividades económicas o de alto contenido económico. Y tan manifiesto es el carácter económico de estas actividades que durante buena parte del siglo recién concluido su preponderancia ha impedido visualizar la Ética como ingrediente esencial, no sólo presente sino radicalmente determinante de los resultados.

Un distanciamiento entre Ética y Economía surgido a raíz de algunos enfoques y teorías económicas centradas alrededor de la racionalidad, entendida como la maximización del propio interés, como el comportamiento egoísta consistente, ha sido denunciado y criticado repetidamente en los últimos decenios. Y buena parte de la crítica hace énfasis y demuestra cómo ese comportamiento y ese enfoque redundan en desempeños inferiores a los que se obtendrían bajo perspectivas que podríamos denominar "más éticas", en las que el bien colectivo o el bien de otros se hace presente a la hora de plantear objetivos propios y de tomar decisiones consecuentes con esos objetivos.

NOTA 1 - Véase Amartya Sen, Sobre Ética y Economía, Alianza Editorial, Madrid, 1989, pág., 94-95; a propósito del distanciamiento y del empobrecimiento mutuo entre Economía y Ética.

En otras palabras, la Ética no es un adorno de las decisiones económicas o de la vida de las personas y de las empresas, más bien es un condicionante de la eficiencia económica y de la eficiencia técnica. Y ha sido esta constatación la que ha vuelto a acercar ambas disciplinas, que desde su origen se reconocían una misma; lo que no es un mal punto de partida para fundamentar cualquier aproximación hacia el establecimiento de pautas éticas de comportamiento empresarial. Así, hoy no sólo es frecuente encontrar Códigos de Ética o de Conducta en grandes corporaciones sino también encontrar enfoques éticos y de equidad en multitud de iniciativas económicas, incluida la cooperación internacional o la dotación de recursos para proyectos de desarrollo sostenible.

NOTA 2 – El propio concepto de desarrollo sostenible, que incorpora los intereses de generaciones futuras en las decisiones económicas de hoy, es esencialmente un concepto ético.

La Ética tiene que ver con cómo las personas y los grupos de personas - incluidas las empresas - conducimos nuestras vidas, es decir, cómo nos proponemos fines, cómo elegimos, cómo actuamos y cómo respondemos por nuestras decisiones y sus consecuencias. Mucho de ese contenido se desarrolla desde y dentro de las empresas, lo que da lugar al término Ética Empresarial que es el de lo que este documento trata.

1.2 Calidad y Ética

Si pertinente es destacar la relación de la Ética con la Economía, mucho más pertinente es el reconocimiento del carácter ético de una variable familiar de enorme trascendencia en la vida empresarial, como lo es la Calidad. La oferta de productos y servicios que las empresas llevan al mercado ha de satisfacer requisitos de todo tipo - voluntarios y obligatorios - propios de ese mercado. Cumplir los requisitos es sinónimo de Calidad, es decir, de bondad del ajuste de un producto o servicio particular a las exigencias de un mercado particular; se podría decir, sin perder un ápice de rigor, que la Calidad es la Ética aplicada a los productos. Al incumplimiento se le denomina "baja o pobre calidad". La inexistencia de requisitos califica más bien al mercado como poco educado o poco tecnificado; en realidad, se podría decir "poco ético".

La Calidad es el atributo ético que acompaña la fabricación y comercialización de los productos. Sus raíces éticas clásicas son conocidas, así como su relación con la voluntad y la aspiración a mejorar y a erradicar su antítesis - la mediocridad -, especialmente en autores alemanes, como Goethe.

NOTA 3 – Véase Aristóteles, Metafísica XII, 1072^a, Gredos, Madrid (1982); a propósito de la relación de la Calidad ("kalòs") y la voluntad.

La gestión de la Calidad en la empresa, desde esta perspectiva, no es más que una administración tecnificada de la Ética en los productos y en los procesos, mientras que el aseguramiento de la Calidad es el instrumento para la confianza.

1.3 Excelencia y Empresa

El otro concepto de Ética Empresarial es la Excelencia, o dicho de otro modo, la virtud, la "areté" de los clásicos. Si se habla de Calidad en los productos y servicios, igualmente se habla de Excelencia en los procesos, en el hacer. La Excelencia es la capacidad para el bien hacer. Virtuoso es el que toca bien un instrumento, en el lenguaje común; virtuosa, es decir, excelente, es la empresa que sabe hacer bien su trabajo; "aristos" son las mejores entre las virtuosas.

Las condiciones de competencia de los mercados estimulan la búsqueda de la Excelencia en las empresas, la emulación de los mejores, la adopción de las mejores prácticas, así como estimulan el mejoramiento de la calidad y el desarrollo de la capacidad innovadora, especialmente en la industria.

NOTA 4 - Los concursos y premios a la Excelencia y a la Calidad son extraordinarios instrumentos estimuladores del avance ético de las empresas. El premio Deming, pionero entre estas iniciativas, fue establecido por la Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses en 1950 y no pocos le atribuyen la responsabilidad del éxito nacional japonés en su fulgurante crecimiento económico y comercial en las décadas siguientes.

1.4 Empresa, Industria, Fines y Estrategias Éticas

Toda empresa es una concentración o concurrencia de recursos, esfuerzos y aspiraciones, orientada a unos fines y capaz de generar valor mediante la fabricación o comercialización de productos y servicios demandados por el mercado. Como consecuencia de la acción empresarial, se entrega valor a los clientes y se difunde prosperidad a través del empleo y del desarrollo de capacidad de las personas.

NOTA 5 – Véase Amartya Sen, *Development as Freedom*, 1999 y Ricardo Petrella y el Grupo de Lisboa, *Limites a la competitivité*, 1995; a propósito del significado de la concurrencia de recursos y de la aspiración a la prosperidad.

Una empresa industrial añade al concepto general de empresa el uso característico de tecnologías productivas – en definitiva, conocimientos especializados de proceso y de producto materializados en equipamiento, en diseños y en procedimientos técnicos – que, transformando materiales e incorporando componentes, da como resultado bienes tangibles.

Pero la Ética se entronca con la empresa no sólo en su hacer (Excelencia) y en el resultado de su hacer (Calidad) sino además en sus fines y estrategias.

Toda empresa sana en marcha genera riqueza, una legítima motivación para los emprendedores, pero a la vez un estimulante y útil medio para alcanzar otros fines. Identificar cuáles sean esos fines para cada empresa en particular es un ejercicio estrictamente ético y visionario, así como lo es la definición de estrategias y de los planes de acción. Buena parte de la legitimidad de la actividad empresarial radicará por tanto en una consistencia ética de la cadena fines-medios-resultados-consecuencias, producto de la aplicación del principio de la simetría moral.

NOTA 6 – El comienzo de este párrafo anterior es en versión libre casi un extracto de la introducción de la *Ética para Nicómaco I* de Aristóteles (1096^a, 6-9, Editorial Gredos, Madrid, 1989).

NOTA 7 – El principio de la simetría moral establece que no sólo los fines, sino los medios y los resultados de las acciones deben ser éticamente correctos.

1.5 Pautas éticas

Las sucintas líneas anteriores ponen de manifiesto el contenido ético de algunas facetas de la actividad empresarial. Las secciones siguientes describen los fines generales de la Cámara de Industrias de Costa Rica, establecen los principios fundamentales que constituyen nuestras convicciones éticas y desarrollan las pautas éticas a aplicar en las relaciones naturales de los negocios. Estas últimas, en particular, constituyen el núcleo prescriptivo del documento a ser adoptado como guía y servirán de soporte instrumental al aseguramiento de la confianza en la relación de toda empresa que las adopte con su entorno.

NOTA 8 – Negocio, del latín “nec-ocium”, no ocio, es decir, ocupación productiva.

2 EL INDUSTRIAL Y LA CÁMARA DE INDUSTRIAS DE COSTA RICA

2.1 El industrial

El industrial es un emprendedor renovado día tras día, un espíritu inquieto y alerta ante los avances tecnológicos, un descubridor de oportunidades, un líder que asume riesgos y que conduce a un grupo, una persona práctica, capaz de transformar la realidad, pero que a la vez es consciente de la dimensión social e incidencia ambiental de su actividad.

Nota 9 - Se entiende por industrial el empresario que desenvuelve sus actividades en este sector, sea como fabricante de bienes o componentes o como prestador de servicios específicamente industriales.

El industrial es portador de cualidades características, como la laboriosidad, manifestada en su espíritu productivo; la creatividad, en su capacidad innovadora; la austeridad, en el aprovechamiento de recursos; y el afán de superación, en todos los órdenes de su acción.

El industrial, como el artista, se enorgullece de su obra, pues encuentra realización personal en ella y siente satisfacción por lo bien hecho. La calidad de sus productos y la excelencia de sus procesos son fuente permanente de gratificación.

El industrial reconoce la dimensión humana del trabajo involucrado en toda industria, incluida la más pequeña, como lugar de concurrencia de esfuerzos y de conjuntada relación constructiva, pero también como escenario para el desarrollo y enriquecimiento humano de las personas.

El industrial también reconoce la sinérgica vinculación con otros procesos productivos externos a la empresa tanto con sus proveedores como, eventualmente, con sus clientes, y es especialmente cuidadoso de los aspectos de confianza asociados a esa relación.

El industrial tiene en mente la producción y vida de su producto desde que lo concibe y es consciente de la necesidad de no comprometer las condiciones de vida de las generaciones futuras y de su entorno.

Pero, además de todo eso, el industrial es consciente de que la sociedad y la comunidad en la que se ubica, no son perfectas, encierran distorsiones y desequilibrios que conspiran contra sus aspiraciones y contra su competitividad, pero que también son fuentes de inequidad y de discriminación. Y es ahí que busca su asociación con otros industriales persiguiendo en el apoyo mutuo y con el trabajo cooperativo mejores condiciones para el desarrollo de su empresa y del sector.

La Cámara de Industrias de Costa Rica es la asociación suprasectorial de los industriales donde, con visión y cualidades de industrial, los

empresarios impulsan transformaciones que eliminen distorsiones y favorezcan el florecimiento del sector y del país.

2.2 Fines de la Cámara de Industrias

La Cámara de Industrias de Costa Rica organiza y encauza desde 1943 los intereses del sector industrial costarricense, promoviendo mejores condiciones para el desarrollo de la industria nacional y apoyando a las empresas en la mejora de su competitividad, bajo la premisa ética de que un desarrollo industrial armónico y orientado es bueno para el presente y el futuro de país.

Los estatutos de la Cámara de Industrias de Costa Rica establecen los fines más generales y permanentes de la asociación en los términos que relaciona el artículo tercero, como se reproduce a continuación.

“Son fines de la Cámara de Industrias, los siguientes:

a) Asociar con sujeción a las leyes y a estos estatutos, a quienes desarrollen actividades empresariales industriales.

b) Luchar para que se promulgue la legislación más adecuada al desarrollo de la industria costarricense.

c) Velar porque las leyes y las disposiciones gubernamentales que se emitan, estimulen y robustezcan el sistema de la libre empresa.

d) Proponer y apoyar por todos los medios a su alcance, las iniciativas que tiendan al progreso de la Industria y por ende, al bienestar económico social de la República.

e) Constituirse en fuente de información de los organismos del Estado y las empresas asociadas en todos aquellos asuntos relacionados con el desarrollo industrial y económico del país.

f) Intervenir, por medio de sus asociados o directamente ante la opinión pública, las agencias estatales o los funcionarios correspondientes para procurar que los puestos vinculados con las actividades industriales se nombre a las personas más idóneas, experimentadas y representativas del sector industrial. No obstante, a la Cámara le estará vedado intervenir como institución en todo acto de política electoral, con carácter personalista o partidista.

g) Brindar directamente si sus posibilidades se lo permiten, o a través de los organismos correspondientes, la asistencia técnica indispensable para el mejor desarrollo de la industria.

h) Hacer los planteamientos y gestiones pertinentes para que el financiamiento industrial disponible en el país (créditos para la inversión, capital de trabajo, exportaciones y otros) permita el uso pleno, racional y bien orientado de las potencialidades de Costa Rica en el sector manufacturero de su economía.

i) Prestar todo el apoyo que le sea posible a las diversas ramas industriales cuando fueren afectadas por alguna medida de índole general. Asimismo facilitar iguales servicios a aquellos asociados que así lo soliciten cuando a juicio de la Junta Directiva, el caso concreto objeto del perjuicio entraña una política equivocada de cualquier organismo y sea conveniente su rectificación.

j) Brindar las informaciones de carácter industrial relacionadas con los asuntos generales de esta materia o bien, respeto de asuntos particulares de la misma índole que se solicitaren, pero guardando siempre la reserva más absoluta de los datos que con ese carácter le hubieren suministrado sus asociados.

k) Estudiar los problemas económicos, sociales y legales en general que confronte la industria o algunas industrias en especial y buscar los medios adecuados para la solución o conciliación de los mismos.

l) Velar por el adelanto social, intelectual económico y material del país.

m) Mantener un interés permanente por la superación de las instituciones costarricenses creadas o que se crearen para formar y adiestrar el personal técnico que las distintas ramas manufactureras requieren, procurando que sus actividades y resultados correspondan a las necesidades del sector industrial y dar a conocer por otros medios que juzgue atinados, los productos de la fabricación nacional.

n) Luchar constantemente para que el Ministerio de Economía Industria y Comercio y los demás organismos pertinentes del sector público, con la participación efectiva de los representantes que la Cámara acredite, formulen una política industrial armónica y coordinada que permita crear un clima institucional óptimo, adecuados mecanismos de financiación, un proceso continuo de generación de proyectos y una promoción suficiente y agresiva de los mismos.

ñ) Procurar que la opinión pública se forme una imagen positiva de la industria nacional, organizando un adecuado servicio de información y divulgación que contemple la edición de sus propias publicaciones y el uso más amplio posible de la prensa, al radio y la televisión así como una colaboración especial con los centros docentes del país.

o) Deberá, cuando así convenga a los intereses de la industria del país y mediante acuerdo de su Junta Directiva, vincularse e integrarse orgánicamente con instituciones similares nacionales o extranjeras que tengan finalidades compatibles con sus principios constitutivos.

p) Efectuar toda gestión y realizar todo acto a su alcance que beneficie al país en general y a la industria en particular y pueda considerarse propio del ámbito y la naturaleza de las funciones de la Cámara y a ese efecto podrá, con las limitaciones establecidas en el artículo seiscientos treinta y uno del Código Civil, comprar, vender, enajenar, poseer y disponer de sus bienes.

q) Servir como arbitro en controversias sobre asuntos de estricta naturaleza industrial.

r) Dictaminar o nombrar peritos en materia industrial.

s) Colaborar para que los industriales fabriquen sus productos dentro de las especificaciones dictadas por el Comité de Normas y Asistencia Técnica Industrial.

t) Velar por y ejercer la promoción y defensa de los derechos y garantías de sus asociados, como consumidores de bienes y servicios públicos de infraestructura, que tengan relación directa o indirecta con cualquier proceso de naturaleza industrial o productiva. La Cámara ejercerá por tanto, la representación del sector industrial como organización de consumidores ante cualquier autoridad o institución, garantizando así su participación activa en los procesos de decisión y reclamo sobre todo asunto que afecte sus intereses gremiales y particulares.”

2.3 Misión, Visión y Valores de la Cámara de Industrias

La Misión de la Cámara de Industrias es enunciada como:

“Representar al sector industrial costarricense, para mejorar el entorno productivo nacional y acompañar el proceso de cambio de las empresas para promover la competitividad”

La Visión de la Cámara de Industrias, por su parte, es formulada como:

“Ser la organización líder del sector industrial, reconocida por sus acciones en beneficio del desarrollo del país”

Los Valores de la Cámara de Industrias aparecen enmarcados en los siguientes enunciados:

“ 1. En todas las actividades diarias que realicemos, nos comprometemos a alcanzar el más alto nivel de excelencia

2. Trabajamos con una actitud visionaria para colaborar en la construcción de un mejor futuro para el país.

3. En todas nuestras acciones, hacemos un análisis exhaustivo de la información que asegure la objetividad de las decisiones institucionales.

4. Nuestro quehacer diario se caracteriza por un alto servicio a todo nivel, para mejorar continuamente el clima de trabajo de la Cámara y alcanzar la mayor satisfacción de nuestros clientes

En los textos anteriores es patente cómo la Cámara tiene bien identificados en sus fines el apoyo a los asociados, la influencia propiciadora de mejores condiciones de desenvolvimiento para las actividades industriales y para el mercado, el fomento del espíritu emprendedor, la promoción de mejores condiciones sociolaborales y el impulso de la innovación y la tecnificación.

3 CONVICCIONES ÉTICAS

Las convicciones éticas que sustentan el documento PAUTAS PARA UN COMPORTAMIENTO ÉTICO EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL giran alrededor de los ejes del Respeto y la Justicia, como principios esenciales para la convivencia individual y empresarial en un entorno socioeconómico cambiante.

3.1 Respeto y valores

En la acción empresarial concurren un conjunto de cinco valores, que vienen a ser facetas o manifestaciones del principio esencial "respeto":

integridad, es decir, respeto a nosotros mismos, a nuestras convicciones, a nuestra conciencia de deber, a nuestra herencia y a nuestros planes y compromisos de futuro;

honestidad, es decir, respeto al país, a sus instituciones y ordenamiento, a otras empresas y personas involucradas en el negocio, como socios y otros; incluye el respeto y el reconocimiento de la prevalencia del bien común, pero también a la propiedad intelectual; la corrupción - por contraste en negativo - es un irrespeto deshonesto;

calidad, es decir, respeto al cliente o al usuario y a sus necesidades, respeto a los requisitos obligatorios del mercado, tanto los aplicables al producto como al proceso;

sostenibilidad, es decir, respeto al ambiente, que incluye el uso racional y aprovechamiento de recursos limitados, incluido el tiempo; incluye el aprovechamiento de residuos y la reducción de emisiones; este respeto se extiende hasta las futuras generaciones que hoy no tienen voz;

humanidad, es decir, respeto a los empleados, incluye el fomento de su capacidad, de su formación y promoción, así como del espíritu de trabajo en equipo; incluye la justicia en la relación laboral y el reconocimiento de la dignidad de la persona.

3.2 Justicia como equidad

La Justicia, entendida como equidad, es el otro principio esencial que - junto con el respeto - constituye el eje ético alrededor del cual gira la propuesta de pautas de este documento presentadas en la sección siguiente.

A diferencia del principio Respeto, el principio Justicia no nos permite clasificar los valores pero, entendida como equidad, justifica la existencia de la iniciativa privada en una sociedad democrática en la que la libertad, la igualdad de oportunidades y el reconocimiento y tratamiento equitativo de las diferencias, son concertadas de modo armónico y sustentan la legitimidad de los derechos y deberes constitucionales que sirven de fundamento a las instituciones políticas y a la vida socioeconómica.

NOTA 10 – Véase La Justicia como Equidad, Una Reformulación, John Rawls, Ed. Paidós, Barcelona (2002).

Además, la Justicia como equidad da dimensión a los valores derivados del respeto y amplía el horizonte ético de la empresa: no se trata sólo de respetar sino además de participar responsablemente en la transformación de la sociedad o comunidad que alberga la actividad empresarial, buscando mejores condiciones para el desenvolvimiento de actividades empresariales y para el mejor desarrollo nacional.

De ahí que alrededor del Respeto y la Justicia aparecen demandadas la libertad de empresa, el trato no discriminatorio, la seguridad física y jurídica, y la equidad en el acceso a oportunidades y en el reparto de cargas, valores y derechos que el sector industrial costarricense busca insertar en el ordenamiento y en el ejercicio práctico nacional.

4 PAUTAS ÉTICAS

Las pautas éticas que siguen han sido ordenadas en categorías, en función de las relaciones entre los diferentes actores que participan en la actividad empresarial.

El uso de la forma verbal "debería" no condiciona ni resta fuerza ni validez a las pautas, especialmente a aquellas que involucran el cumplimiento de prescripciones legales. Esa expresión pretende indicar en cada caso que se trata de una prescripción-guía, es decir, un "qué" orientador, al que la empresa debe responder con un "cómo".

4.1 Pautas para las relaciones empresa-accionistas

4.1.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para la comunicación e información a los socios, coherente con un enfoque general de transparencia y de respeto, en especial a los socios minoritarios.

4.1.2 El cuidado de la reputación de la empresa debería ser responsabilidad de todos, incluidos los socios y los empleados, aunque en mayor grado para los que ocupan cargos más significativos cuyas decisiones y acciones pueden afectar en mayor medida su prestigio.

4.1.3 La separación entre patrimonio y gestión de la empresa, por un lado, y patrimonio y eventual actuación de los socios dentro y fuera de la empresa, por otro, debería ser objeto de disposiciones que aseguren que decisiones y actuaciones de socios particulares no perjudiquen el interés colectivo o el de otros socios particulares.

4.2 Pautas para las relaciones empresa-empleados

4.2.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para la gestión de las relaciones sociolaborales coherente con el reconocimiento de la dignidad del empleado y sus intereses y respetuosa de los requisitos reglamentarios laborales aplicables.

4.2.2 La contraprestación salarial de los empleados debería reconocer con justicia el esfuerzo realizado, la capacidad requerida y la responsabilidad asociada en cada caso.

4.2.3 La seguridad e higiene laboral deberían ser objeto de programas específicos que aseguren su efectiva implementación; la formación necesaria en materia de seguridad e higiene laboral, incluido el uso de equipo de protección personal, debería ser proporcionada por la empresa y su adecuada puesta en práctica debería ser supervisada.

4.2.4 La inducción al puesto de trabajo y la capacitación deberían obedecer a un enfoque planificado y sistemático.

4.2.5 Las oportunidades de promoción interna deberían ser facilitadas a los empleados bajo condiciones transparentes, no discriminatorias y justas.

4.2.6 Las prácticas discriminatorias por motivo de sexo, edad, confesión religiosa, ideología política, raza o nacionalidad, así como el acoso sexual y el hostigamiento deberían ser objeto de atención a fin de erradicarlas.

4.2.7 El empleo de menores de edad debería limitarse a contratos de aprendizaje y siempre bajo una supervisión interna especial.

4.2.8 Las disposiciones relativas al control del acceso de los empleados a las instalaciones de la empresa, incluido al puesto o área de trabajo, y al control y uso de activos tangibles deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.2.9 Las disposiciones relativas al control de acceso y uso de activos intangibles de la empresa, incluida la información confidencial, deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.2.10 Las disposiciones relativas a los conflictos de interés derivados de relaciones familiares o de propiedades (intereses e inversiones personales) de los empleados (en otras empresas), del empleo externo en otras empresas, así como la recepción de obsequios, premios e invitaciones, deberían ser advertidos expresamente a todo el personal.

4.2.11 Las disposiciones relativas al control de actividades ajenas a la operación de la empresa, incluido el proselitismo político o religioso o la comercialización de productos, deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.2.12 El tiempo libre de los empleados debería ser objeto de escrupuloso respeto; las disposiciones relativas a vacaciones, horas extras, feriados y otras eventualidades deberían ser advertidas expresamente a todo el personal de la empresa.

4.2.13 Las disposiciones relativas a la responsabilidad que adquiere el empleado por la exactitud de los datos que facilita o consigna en registros de la empresa deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.2.14 Las disposiciones relativas a la observancia de reglas, cumplimiento de trabajos, participación en equipos de trabajo y rendimientos productivos deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.2.15 Los estímulos tendientes a la mejora de la productividad deberían enfocarse antes en el hacer mejor y en el resolver problemas, obstáculos y restricciones que en el hacer más.

4.2.16 Ninguna disposición de la empresa debería limitar o inhibir el ejercicio de derechos laborales reconocidos como legítimos por el ordenamiento jurídico nacional.

4.2.17 Las actividades recreativas y culturales de la empresa deberían orientarse a propiciar la cohesión como grupo y el crecimiento personal.

4.2.18 El empleo femenino debería, en la medida de las posibilidades de la empresa, ser objeto de disposiciones que reconozcan con equidad su singularidad, más allá de las obligaciones de ley.

4.2.19 Cualquier modificación de las condiciones contractuales acordadas entre la empresa y el empleado debería dar lugar a una enmienda formal al contrato existente.

4.2.20 El régimen sociolaboral de los empleados de un subcontratista debería ser objeto de consideración cuando se decide una subcontratación.

4.3 Pautas para las relaciones empleado-empleado

4.3.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para asegurar una adecuada convivencia y relación laboral armoniosa en la empresa.

4.3.2 Las disposiciones relativas a fomentar el respeto y apoyo mutuo, la lealtad, la actitud de servicio, la actitud de exigencia, la cooperación y otros aspectos análogos deberían ser advertidas expresamente a todo el personal.

4.3.3 Disposiciones específicas deberían alertar sobre comportamientos abusivos o impropios entre empleados a fin de corregirlos desde sus más sencillas y primeras manifestaciones.

4.4 Pautas para las relaciones empresa-clientes y empresa-usuarios

4.4.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para asegurar un adecuado trato y comunicación con los clientes y usuarios de los productos.

4.4.2 La información concerniente a las características de los productos, incluida su clasificación, su uso, las ventajas y limitaciones y los términos del servicio postventa y de la garantía debería ser completa, actualizada y veraz, evitando la inducción a error.

4.4.3 Las necesidades particulares, incluidos aspectos de grado de satisfacción, de los clientes y usuarios deberían ser tenidas en cuenta cuando se ofertan o se diseñan productos.

4.4.4 Los precios de los productos deberían corresponder, a través de un coeficiente de margen legítimo y razonable, a los costos de desarrollo y fabricación asociados.

4.4.5 Los datos de los clientes y usuarios, incluidas sus necesidades específicas deberían ser objeto de tratamiento confidencial, a menos que aquéllos permitan levantar ese estatus.

4.4.6 Los productos propiedad del cliente que eventualmente sean empleados en los procesos de producción o de servicio deberían contar con disposiciones específicas que aseguren su control durante su permanencia en las instalaciones de la empresa.

4.4.7 La calidad y la seguridad de los productos ofrecidos debería ser objeto de disposiciones de control y aseguramiento proporcionados a los riesgos que una baja calidad o seguridad genere al cliente, a la propia empresa y a la sociedad.

4.4.8 Cualquier desviación originada en circunstancias de la fabricación respecto de las especificaciones del producto pactadas debería ser comunicada al y aceptada por el cliente.

4.4.9 Las relaciones formales y no formales con los clientes deberían prevenir conflictos de interés y prácticas distorsionadoras del mercado, incluida la coacción.

4.4.10 La responsabilidad legal por el producto debería ser objeto de especial consideración en los procedimientos comerciales de la empresa, incluida la eventual situación de recuperación y modificación de productos entregados con anterioridad a otros clientes.

4.5 Pautas para las relaciones empresa-proveedores

4.5.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para asegurar un adecuado trato a los proveedores de materias primas, componentes y servicios, consistente con la política y prácticas de aseguramiento de la calidad y con un marco de respeto.

4.5.2 Las decisiones relativas a las compras deberían estar siempre basadas en los intereses de la empresa.

4.5.3 Las relaciones formales y no formales con los proveedores deberían prevenir complicidades y manejos que propicien futuros conflictos de

interés, así como prácticas distorsionadoras del mercado, incluida la coacción.

4.5.4 Los pagos por las compras de las materias primas y componentes, así como por la contratación de servicios deberían atenerse a las condiciones y plazos estipulados.

4.5.5 La información de la empresa que será compartida con un proveedor debería ser objeto de atención especial, incluido un eventual contrato de confidencialidad.

4.5.6 La selección de proveedores debería eventualmente ser compatible con un programa de aseguramiento de la calidad y desarrollo de proveedores, así como con iniciativas de responsabilidad ambiental y de ética empresarial.

4.6 Pautas para las relaciones empresa-mercado-competencia

4.6.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para asegurar una eficiente y leal participación en el mercado, adonde concurre ante los clientes y consumidores junto con otros oferentes competidores.

4.6.2 Las prácticas distorsionadoras del mercado y de la competencia, incluido la concentración monopólica o el arreglo oligopólico dirigido a perjudicar a los clientes, deberían ser eliminadas.

4.6.3 Las actividades de promoción publicitaria del producto deberían ser especialmente cuidadosas de los aspectos de veracidad, incluida la inducción a error al consumidor, así como del respeto a la imagen de las personas y de las minorías.

4.6.4 La propiedad intelectual de otros protegida formalmente en alguna modalidad de derecho de autor, debería ser respetada.

4.7 Pautas para las relaciones empresa-comunidad cercana

4.7.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para mantener una relación de buena vecindad solidaria con la comunidad cercana en la que probablemente residan muchos de sus empleados y los hijos de éstos.

4.7.2 El apoyo a iniciativas de las autoridades locales, centros educativos, asociaciones de desarrollo, campañas sanitarias, proyectos comunales relacionados con el ambiente o la infraestructura, así como a iniciativas de índole social, debería, en la medida de sus posibilidades, ser objeto de atenta consideración y participación.

4.8 Pautas para las relaciones no comerciales empresa-administración pública

4.8.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para las diferentes facetas de su relación con las Administraciones Públicas nacional y local, incluida en la medida de sus posibilidades la participación en iniciativas proactivas que faciliten la gobernabilidad y el desarrollo del país.

4.8.2 El apego a las leyes y reglamentaciones aplicables debería ser consustancial a la vida de la empresa desde su constitución.

4.8.3 La declaración y el pago de impuestos correspondientes y otras obligaciones sociales afectas a la operación de la empresa deberían ser transparentes y puntuales.

4.8.4 La información de los registros y documentación contables debería ser exacta y completa.

4.8.5 Las solicitudes legítimas de información de la empresa desde alguna Administración o institución pública deberían ser siempre atendidas por el representante legal con veracidad, y en especial cuando se vincula la información con el acceso a algún beneficio oficial.

4.8.6 La participación de la empresa en proyectos o iniciativas de carácter público o semipúblico debería ser especialmente cuidadosa en lo concerniente a uso de recursos y a las vinculaciones que puedan generar conflictos de interés.

4.8.7 La participación de la empresa en proyectos e iniciativas de cooperación internacional tendientes a mejorar las condiciones para la inserción internacional del sector o del país debería ser en la medida de sus posibilidades objeto de especial atención y eventualmente de participación.

4.9 Pautas para la relaciones comerciales empresa-administración pública

4.9.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para la participación en licitaciones públicas coherente con el cumplimiento del ordenamiento jurídico específico vigente.

4.9.2 La participación en licitaciones y otras modalidades de compra del sector público debería incluir una supervisión desde los puestos de más alta responsabilidad ejecutiva de la empresa a fin de asegurar que no se producen complicidades y vinculaciones impropias entre funcionarios públicos y empleados de la empresa.

4.9.3 La obtención de información privilegiada relativa a futuras compras públicas debería ceñirse a medios legítimos.

4.9.4 La influencia en las fases tempranas de preparación de especificaciones y carteles de licitación debería ceñirse a la objetividad y legitimidad de la información técnico-comercial veraz; cualquier influencia de otro tipo en esa o cualquier otra etapa debería ser evitada.

4.9.5 La empresa no debería admitir prestarse a utilizar una compra del sector público como vía para enmascarar donaciones políticas o pago por favores.

4.9.6 La aceptación de desviaciones en el producto entregado o en las condiciones de la entrega no deberían ser obtenidas por medios ilegítimos.

4.9.7 Los pagos dirigidos a agilizar trámites o a evitar inspecciones por parte de algunas oficinas públicas deberían ser evitados pues la mayoría de ellos se encuentra muy cerca del soborno; por lo general, existen mecanismos para solicitar la intervención directa de los responsables de la Administración a fin de corregir situaciones indeseables; una ilegitimidad por parte de funcionarios de la Administración no justifica una actuación contraria a la Ética por parte de la empresa.

4.9.8 La contratación temporal de funcionarios de instituciones a las que se les ofrece productos o servicios debería ser evitada pues propicia conflictos de interés.

4.10 Pautas para las relaciones empresa-ambiente

4.10.1 La empresa debería contar con una política o con disposiciones para el uso racional y eficiente de recursos, así como para la recuperación de residuos y eventual disposición de desechos, coherente con un enfoque general de desarrollo sostenible.

4.10.2 La sensibilización de los empleados en materia de ambiental debería ser objeto de sistemática atención a fin de afirmar una cultura de especial respeto.

4.10.3 Los aspectos ambientales asociados a la fabricación y vida del producto deberían ser considerados desde su diseño hasta su disposición final.

4.11 Pautas para las relaciones empresa-empresa

4.11.1 Las alianzas estratégicas con otras empresas deberían obedecer a fines éticos.

4.11.2 Las comisiones abonadas a representantes, comisionistas y otras personas que intervienen en los negocios deberían responder a valores agregados reales.

4.11.3 Los negocios, precios y facturaciones entre empresas de un mismo grupo o de diferente propiedad deberían obedecer a transacciones reales sin alterar el valor de los bienes intercambiados.

4.12 Pautas para las relaciones empresa-cámara

4.12.1 En la medida de sus posibilidades, toda empresa asociada debería participar de modo activo en las actividades, comisiones, talleres y otras iniciativas de la Cámara, que se encuentran abiertas a esa participación especialmente en temas de su más directo interés.

4.12.2 Aunque es legítimo buscar apoyo en la Cámara para solucionar problemas de diversa índole, por específicos que éstos sean, más trascendente se vuelve cuando los problemas son comunes, pues en su solución intervendrán más interesados y traerá mayores beneficios.

4.12.3 Cuando un representante de una empresa asociada es designado representante de la Cámara ante algún órgano público o privado debería ejercer la representación en beneficio del conjunto de los industriales o del subsector al que atañe el referido órgano antes que en su propia empresa o interés.

4.12.4 Todo representante de la Cámara ante diferentes instituciones, órganos, eventos o reuniones, sean de carácter público o privado, debería informar oportuna o periódicamente a los órganos pertinentes de la Cámara sobre el desenvolvimiento de la representación ostentada.

5 PROCEDIMIENTOS

Ninguna superestructura de demostración de la conformidad con las pautas de este Documento será impuesta por la Cámara a sus asociados, aunque sí podrá asesorarlos para un efectivo y eficiente cumplimiento. La Cámara no buscará mecanismos de reconocimiento con otras instituciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro, para la aplicación de este Documento ni obligará a afiliarse a los asociados a otras organizaciones.

5.1 Para el procedimiento de Aprobación

Con la preaprobación del Comité Ejecutivo de la Cámara de este Documento en su versión básica y con la aprobación de la Junta Directiva, un periodo de consultas será abierto en el que este Documento será enviado a todos los asociados y se esperarán durante dos meses observaciones y comentarios. Todas las observaciones y comentarios deberán ser consistentemente planteadas y contestadas por un comité creado ad hoc, incluyendo una referencia específica a la o las modificaciones a que dio lugar o porqué fue, en su caso, desestimada una sugerencia. Un conjunto completo de observaciones y decisiones adoptadas será hecha llegar a todos los asociados, hayan sido o no participantes activos en este periodo.

El documento completo será sometido a aprobación a la Asamblea de asociados.

5.2 Para el Procedimiento de Adopción

Las empresas asociadas a la Cámara de Industrias de Costa Rica son invitadas a adherirse al Documento de Pautas mediante un comunicado difundido tras su aprobación. Toda empresa asociada a la Cámara se entenderá que asume el Documento de Pautas y se adhiere a él. Asimismo, el proceso de afiliación de nuevos asociados incluye la adhesión de las empresas al Documento.

Empresas no asociadas a la Cámara pueden adherirse al Documento de Pautas, pero para ello deberán aceptar además los términos de vigilancia del cumplimiento del Código incluidos en estos procedimientos.

5.3 Para el procedimiento de Aplicación

Toda iniciativa de investigación ética requiere ser sometida a un proceso de admisibilidad. Una subcomisión del Comité Ejecutivo constituida ad hoc debería juzgar la admisibilidad de una denuncia o de una investigación de oficio. Recomendada la admisión, el Comité Ejecutivo quedará enterado y

ordenará la apertura de expediente y el traslado del caso al Comité de Notables. De esta resolución será informada la empresa directamente implicada, a la que se le pedirá su colaboración.

El Comité de Notables deberá basarse en hechos constatados y en las prescripciones del código, de modo que buscará determinar si hubo o no violación del código. Para ello realizará las gestiones, entrevistas y requisiciones de información que juzgue oportunas, bajo un enfoque de principio de "in dubio pro-reo". Todas las gestiones estarán amparadas bajo confidencialidad durante la investigación.

La resolución determinada por el Comité de Notables deberá incluir, al menos, tres aspectos: (1) si hubo o no violación de alguna o algunas prescripciones, incluida la identificación precisa de la prescripción, (2) el grado de gravedad y alcance de la violación, en su caso, (3) así como la sanción correspondiente. En cada caso, el Comité de Notables podrá fundamentar y razonar su decisión. El principio de estímulo positivo para la corrección deberá prevalecer siempre que sea posible, de modo que una gradualidad de sanciones debería ir en paralelo a un reconocimiento y un compromiso de corrección de situaciones o actos impropios por parte de la empresa implicada. La resolución del Comité de Notables debería incluir también si fue adoptada por unanimidad o con reserva de algún voto.

La resolución será comunicada desde la Vicepresidencia Ejecutiva a la empresa implicada que podrá apelar ante el Comité Ejecutivo. Ante la apelación, el Comité Ejecutivo solo podrá aceptar o no la apelación, pero no podrá modificar la resolución del Comité de Notables. En caso de aceptar la apelación, un Comité ad hoc del Comité Ejecutivo se reuniría con el Comité de Notables para emitir una resolución conjunta final inapelable, que será comunicada por el Presidente de la Cámara.