

# Códigos éticos de las empresas públicas españolas: Principios, conductas e implantación

Silvia Ayuso

Documento de trabajo nº 16  
Octubre 2013

CÀTEDRA

**MANGO**

RSC



Cátedra de Responsabilidad  
Social Corporativa

Escola Superior de Comerç Internacional  
UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Los contenidos de este documento son propiedad de sus autores y de ESCI, y queda prohibido su uso para finalidades comerciales. Se permite su difusión para finalidades formativas, de promoción y sensibilización, siempre haciendo referencia a la fuente original y autoría.

<http://mango.esci.es>

Depósito legal: B-23515-2013

# **Códigos éticos de las empresas públicas españolas: Principios, conductas e implantación**

Silvia Ayuso

Escola Superior de Comerç Internacional – Universitat Pompeu Fabra

Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa

Documento de trabajo nº 16

Octubre 2013

## Índice

<b>0. Resumen / Resum / Summary</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Los códigos éticos o códigos de conducta</b> .....	<b>3</b>
2.1. Los códigos éticos como herramienta de la RSC .....	3
2.2. Los códigos éticos en las empresas públicas .....	6
<b>3. Objetivo y metodología</b> .....	<b>8</b>
3.1. Objetivo.....	8
3.2. Metodología .....	8
3.2.1. Descripción de la recogida de datos .....	8
3.2.2. Descripción de la muestra.....	9
3.2.3. Metodología empleada en el análisis .....	10
3.3. Limitaciones.....	11
<b>4. Análisis de contenido de los códigos éticos</b> .....	<b>12</b>
4.1. Perfil de los códigos.....	12
4.2. Valores y principios.....	12
4.3. Relaciones con los grupos de interés .....	14
4.4. Conducta de empleados .....	20
4.5. Implantación y cumplimiento.....	23
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>25</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>27</b>
<b>Información sobre los autores</b> .....	<b>28</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>28</b>

## Tablas

Tabla 1: Funciones de los códigos éticos.....	3
Tabla 2: Legislación relacionada con pautas éticas en el sector público .....	6
Tabla 3: Valores y principios de los códigos éticos .....	13
Tabla 4: Responsabilidades con los clientes.....	16
Tabla 5: Responsabilidades con los empleados .....	17
Tabla 6: Responsabilidades con los proveedores y distribuidores .....	18
Tabla 7: Responsabilidades con empresas colaboradoras y otras instituciones.....	18
Tabla 8: Responsabilidades con el medio ambiente .....	19
Tabla 9: Responsabilidades con la sociedad .....	20
Tabla 10: Uso de fondos corporativos .....	21
Tabla 11: Uso de equipos corporativos .....	21
Tabla 12: Uso de información corporativa .....	22
Tabla 13: Relaciones con otras entidades .....	22
Tabla 14: Uso del tiempo corporativo.....	23
Tabla 15: Trato entre empleados .....	23
Tabla 16: Herramientas para implantación y cumplimiento de los códigos .....	24

## **Figuras**

Figura 1: Elementos integrantes de los códigos éticos .....	4
Figura 2: Condiciones para la eficacia de los códigos éticos .....	5
Figura 3: Tipología de empresas según nivel administrativo.....	9
Figura 4: Responsabilidades hacia los grupos de interés .....	15

## 0. Resumen / Resum / Summary

**Resumen:** A pesar de la reciente proliferación de códigos éticos o de conducta por parte de las empresas, en España se han realizado muy pocos estudios empíricos sobre esta importante herramienta de la responsabilidad social empresarial o corporativa (RSC), y menos centrados en el sector público empresarial. El presente estudio tiene por objetivo examinar el contenido de los códigos éticos establecidos por las empresas públicas españolas. Mediante una muestra de 18 códigos de empresas de diferentes tamaños y niveles administrativos se estudiará qué compromisos son los que se incluyen con más frecuencia en estos documentos, qué información contienen sobre la implantación y cumplimiento de los códigos y en qué medida se diferencian los valores, responsabilidades y normas de conducta contenidos de los códigos éticos de las empresas privadas españolas - en base a un estudio anterior de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa.

**Resum:** Tot i la recent proliferació de codis ètics o de conducta per part de les empreses, a Espanya s'han realitzat molt pocs estudis empírics sobre aquesta important eina de la responsabilitat social empresarial o corporativa (RSC), i menys centrats en el sector públic empresarial. El present estudi té per objectiu examinar el contingut dels codis ètics establerts per les empreses públiques espanyoles. Mitjançant una mostra de 18 codis d'empreses de diferents mides i nivells administratius s'estudiarà quins compromisos són els que s'inclouen amb més freqüència en aquests documents, quina informació contenen sobre la implantació i compliment dels codis i en quina mesura es diferencien els valors, responsabilitats i normes de conducta continguts dels codis ètics de les empreses privades espanyoles - en base a un estudi anterior de la Càtedra MANGO de Responsabilitat Social Corporativa.

**Summary:** Despite the recent proliferation of codes of ethics or codes of conduct by companies, there has been very little empirical research in Spain on this important tool of business or corporate social responsibility (CSR), and less focused on the public sector. The present study aims to examine the content of codes of ethics established by Spanish public sector companies. Using a sample of 18 companies of different sizes and administrative levels, we will explore which commitments are included more frequently in these documents, what information they contain on implementation and enforcement of the codes and to what extent the values, responsibilities and rules of conduct contained in the ethical codes differ from codes of Spanish private companies - based on a previous study by the MANGO Chair of Corporate Social Responsibility.

## 1. Introducción

Durante los últimos años ha proliferado enormemente la utilización de códigos éticos o de conducta por parte de las empresas, para comunicar interna y externamente los valores y principios por los que se rigen. Sin embargo, en España se han realizado muy pocos estudios empíricos sobre esta importante herramienta de la responsabilidad social empresarial o corporativa (RSC), y menos centrados en el sector público empresarial. Hasta el momento no se han analizado cuestiones de interés como la actitud y percepción de los gestores públicos sobre el diseño e implementación de códigos éticos, la influencia de la existencia de códigos éticos corporativos en la actitud y percepción de estos gestores hacia los mismos, así como los compromisos contenidos en dichos documentos.

El presente estudio se centra en las empresas públicas españolas y pretende analizar el contenido de sus códigos éticos. El interés radica en ver qué compromisos son los que se incluyen con más frecuencia en estos documentos, qué información contienen sobre la implantación y cumplimiento de los códigos y en qué medida se diferencian los valores, responsabilidades y normas de conducta contenidos de los códigos éticos de las empresas privadas españolas. En este sentido, el estudio completa una investigación anterior de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa de la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI- UPF) que examinaba el contenido de los códigos de conducta establecidos por las empresas privadas españolas.<sup>1</sup>

El informe está estructurado de la siguiente manera: El Capítulo 2 ofrece una breve descripción de los códigos de conducta y de los estudios realizados hasta el momento. En el Capítulo 3 se describen el objetivo y la metodología de la investigación realizada, y en el Capítulo 4 se da paso a la presentación y al análisis de contenido de los códigos éticos de las empresas españolas. Finalmente, en el Capítulo 5 se extraen las principales conclusiones del estudio.

---

<sup>1</sup> Ayuso, S. y Garolera, J. (2011) "Códigos éticos de las empresas españolas: Un análisis de su contenido", Documento de trabajo n.º 10, ESCI-UPF, Cátedra Mango de RSC, Barcelona, <http://mango.esci.es/assets/Uploads/Documentos-de-trabajo/Documento-de-trabajo-10Cdigos-ticos.pdf>

## 2. Los códigos éticos o códigos de conducta

### 2.1. Los códigos éticos como herramienta de la RSC

Los códigos éticos o de conducta intentan definir la filosofía y los valores de la empresa, fijando reglas para enfrentarse a ciertos dilemas o asuntos delicados que pueden surgir en la dirección y gestión de la misma. Se trata de un instrumento para promover la interiorización de los valores organizativos y comunicar a todos los miembros de la empresa el comportamiento que éstos han de seguir en sus relaciones con los diferentes grupos de interés de la compañía.<sup>2</sup> En este sentido, podemos decir que los códigos de conducta se han convertido en una importante herramienta de gestión de la responsabilidad social empresarial o corporativa (RSC). Las diferentes funciones que pueden cumplir estos códigos se muestran en la Tabla 1.

**Tabla 1: Funciones de los códigos éticos**

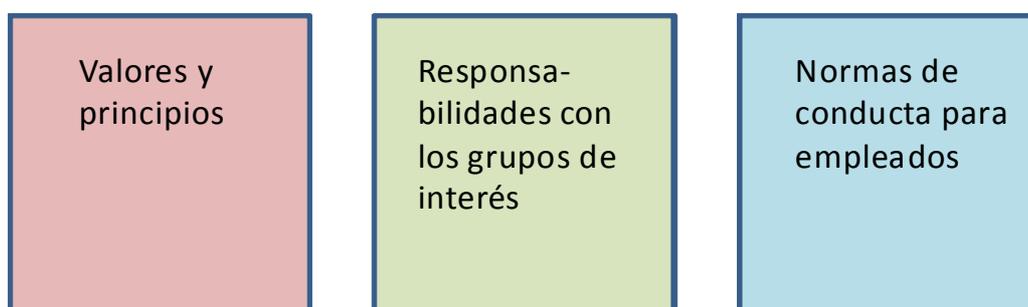
Funciones internas	Funciones externas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifican la práctica de la organización en referencia a valores y, en este sentido, expresan la cultura de la organización (independientemente de que haya sido consciente y explícitamente reconocida o no)</li> <li>2. Permite la autorregulación. Hacen referencia también a los aspectos sancionadores.</li> <li>3. Permiten distinguir entre los mínimos de conducta que se han de cumplir (o evitar), y los ideales y aspiraciones compartidas que definen la identidad de la organización.</li> <li>4. Tienen una función orientadora y sirven de marco de referencia para todos los grupos de interés implicados en la actividad de la organización</li> <li>5. Facilitan el reconocimiento de problemas o tensiones de carácter ético que se pueden plantear en la organización y la interrelación de todos sus grupos de interés.</li> <li>6. Son un vehículo de socialización y cohesión de todos los grupos implicados en una organización.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recogen y expresan aquello que la sociedad en general (o la comunidad local en la que se insertan, de manera particular) puede esperar de ella, en qué cuestiones asume compromisos y por qué se puede confiar en ella.</li> <li>2. Delimitan las expectativas que se pueden tener de la organización.</li> <li>3. Sirven de termómetro social para detectar los ámbitos de mayor demanda social que la comunidad reclama de las organizaciones.</li> </ol>

Fuente: Adaptado de Lozano, J.M. (1999) *Ética y Empresa*. Madrid: Trotta, pp. 146-147.

<sup>2</sup> RACEF, Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (2007). *La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Propuesta para una nueva economía de la empresa responsable y sostenible*, Junio de 2007.

Kaptein (2004), en un estudio de las 200 empresas multinacionales más grandes del mundo, distingue tres tipos de códigos de conducta en función de su enfoque: declaración de valores, descripción de responsabilidades con los *stakeholders* y normas de conducta para empleados.<sup>3</sup> De los 58 códigos éticos españoles analizados en el estudio de la Cátedra Mango de RSC, el 86% incluyen valores o principios, el 100% incluyen responsabilidades específicas hacia alguno de los *stakeholders* y el 97% incluyen normas específicas de conducta para los empleados. Parece ser pues, que estos tres enfoques no representan diferentes tipos de códigos sino más bien tres elementos integrantes de los códigos éticos actuales (véase Figura 1).

**Figura 1: Elementos integrantes de los códigos éticos**

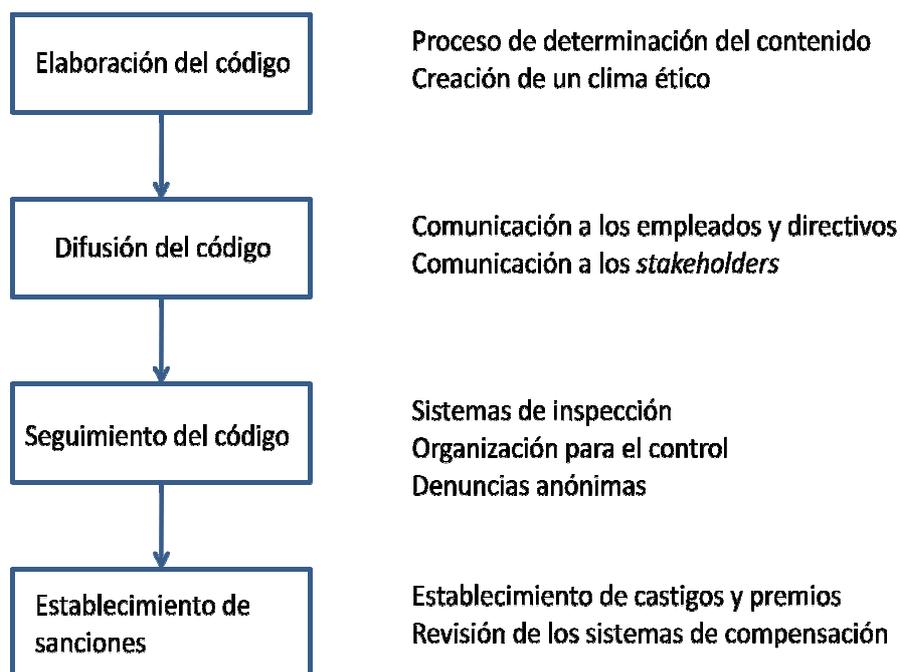


Sin embargo, la credibilidad de un código de conducta no depende sólo de los temas que abarca, sino también de los esfuerzos realizados para implantar el código en la práctica. Para conseguir que el código de conducta sea capaz de fomentar un comportamiento ético por parte de todos los integrantes de la empresa, hay que tener en cuenta varios factores en la implantación del mismo. La Figura 2 muestra las condiciones necesarias para lograr la eficacia del código, agrupándolas por las fases por las que pasa hasta su puesta en funcionamiento: elaboración, difusión, seguimiento y establecimiento de sanciones.

---

<sup>3</sup> Kaptein, M.: 2004, 'Business codes of multinational firms: what do they say?', *Journal of Business Ethics* 50 (1), pp. 13-31.

**Figura 2: Condiciones para la eficacia de los códigos éticos**



Fuente: De la Cuesta, M. y Valor, C. (2007) Condiciones para la eficacia de los códigos internos de responsabilidad social de la empresa, *Ekonomiaz Revista Vasca de Economía*, Nº 65 2º cuatrimestre, pp. 128-149

En la creciente literatura académica sobre códigos éticos empresariales, los estudios empíricos se han centrado sobre todo en analizar la existencia y el contenido de los códigos de empresas de determinados países como Estados Unidos, Reino Unido, Suecia, Canadá, Australia o Alemania, o empresas multinacionales.<sup>4</sup> En España se han realizado muy pocos trabajos empíricos sobre este tema. La mayoría de los estudios pretende averiguar el grado de penetración de los códigos de conducta en las empresas españolas. Mientras que las encuestas enviadas a empresas de gran tamaño y con altos estándares de RSC (por ejemplo, empresas que participan en los estudios de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, del Instituto de la Empresa Familiar y del Club de Excelencia en Sostenibilidad) presentan porcentajes muy altos entre 48% y 88%, los estudios realizados con muestras más heterogéneas revelan porcentajes mucho más bajos alrededor del 15 o 16 %.<sup>5</sup>

El estudio de la Cátedra Mango de RSC del año 2011 presenta el primer análisis sistemático del contenido de los códigos éticos de empresas españolas. En particular, se estudió de forma pormenorizada a qué valores o principios, responsabilidades hacia *stakeholders* y normas de conducta apelaban los códigos

<sup>4</sup> Véase revisión de la literatura de Helin, S. y Sandström, J.: 2007, 'An inquiry into the study of corporate codes of ethics', *Journal of Business Ethics* 75 (3), pp. 253-271.

<sup>5</sup> Ayuso y Garolera (2011), op.cit.

existentes y qué información contenían sobre herramientas para su implantación y cumplimiento.

## 2.2. Los códigos éticos en las empresas públicas

En los últimos años la RSC ha adquirido un gran protagonismo en el ámbito empresarial, condicionando también el modelo de desempeño de la Administración Pública. Las empresas públicas como empresas al servicio del interés general deberían actuar como modelo de comportamiento y ser pioneras en la aplicación de políticas de RSC. Sin embargo, en comparación con las empresas privadas por lo general han sido más lentas en integrar el concepto de RSC en su gestión. La Ley de Economía Sostenible va a facilitar que las entidades públicas empresariales adscritas a la Administración General del Estado comiencen (o profundicen) a revisar sus procesos para hacerlos más sostenibles, incorporen criterios responsables en sus procesos de contratación y elaboren anualmente informes de sostenibilidad y gobierno corporativo.

Históricamente la Administración Pública ha recurrido a códigos tanto para fomentar en ellos los valores deseables como para evitar actitudes antiéticas. El código de conducta en el servicio público es una declaración en la que se definen las actitudes esperadas por parte de los servidores públicos señalando además principios éticos aplicables en su ámbito laboral. Generalmente también abarca un compendio de valores así como una lista de responsabilidades y obligaciones jurídicas.<sup>6</sup> La Tabla 2 muestra algunas disposiciones legales que recogen pautas éticas en el sector público.

**Tabla 2: Legislación relacionada con pautas éticas en el sector público**

- Ley 53/1984, de 26 de diciembre, de Incompatibilidades del Personal al Servicio de las Administraciones Públicas.
- Código de Buen Gobierno de los miembros del Gobierno y de los Altos Cargos de la Administración General del Estado (ORDEN APU/516/2005, de 3 de marzo)
- Ley 5/2006, de 10 de abril, de Conflictos de Intereses de miembros de Gobierno y Altos Cargos de Administración
- Ley 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público.
- Ley 10/2010, de 28 de abril, de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo.
- Protocolo de actuación frente al acoso laboral en la Administración General del Estado (Resolución del 5 de mayo de 2011)

Fuente: Elaboración propia.

<sup>6</sup> Diego, O. (2007) Los códigos éticos en el marco de las Administraciones Públicas: valores para un buen gobierno. Revista de las Cortes Generales (65), pp. 123-154.

Aparte de estos códigos generales, las empresas públicas españolas están haciendo un esfuerzo de elaborar códigos éticos específicos para sus entidades. Una encuesta llevada a cabo recientemente en el marco del proyecto “Acelerando la RSE en Empresas Públicas” – y contestada por 69 empresas públicas españolas - revelaba que en general, un 36,1% de las empresas utilizan códigos de conducta o códigos éticos como canal de comunicación interna de la RSC, y concretamente un 33,3% ha elaborado un código éticos y de conducta para empleados, un 30,4% ha establecido un código de conducta que oriente la relación con los proveedores y un 43,5% han establecido un código de conducta o de comportamiento corporativo aplicado a los órganos de gobierno de la empresa.<sup>7</sup> El presente estudio pretende ampliar el conocimiento sobre los códigos éticos de las empresas públicas españolas a través del examen pormenorizado de sus contenidos.

---

<sup>7</sup> Adif, Forética y Garrigues Medio Ambiente (2011) Estudio sobre el estado de la RSE en la Empresa Pública, Forética.

### 3. Objetivo y metodología

#### 3.1. Objetivo

El presente estudio tiene por objetivo examinar el contenido de los códigos éticos establecidos por las empresas públicas españolas y analizar los compromisos adquiridos en estos documentos. En particular, tratará de dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué temas incluyen los códigos éticos de las empresas españolas, es decir a qué valores y principios, responsabilidades hacia *stakeholders* y normas de conducta apelan?
2. ¿Qué información contienen estos códigos sobre herramientas para su implantación y cumplimiento?
3. ¿En qué medida estos contenidos son comparables a los códigos éticos de las empresas privadas españolas?

Teniendo en cuenta el propósito del estudio, **definiremos código ético** como "un documento de política que define las responsabilidades de la empresa hacia sus grupos de interés y/o la conducta que la empresa espera de sus empleados".<sup>8</sup> En este sentido nos centraremos en los códigos éticos que se dirigen a la empresa como entidad y a todos los integrantes de la misma (directivos y empleados).

#### 3.2. Metodología

##### 3.2.1. Descripción de la recogida de datos

Al igual que en el estudio de Ayuso y Garolera (2011), el objetivo de esta investigación no es determinar el porcentaje de empresas (públicas) que disponen de un código ético sino **analizar el contenido de estos códigos**. En consecuencia, el enfoque escogido para identificar a las empresas estudiadas pretendía recoger el mayor número posible de códigos éticos.

La recogida de datos se realizó en colaboración con dos investigadores del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Granada. Los datos de contacto de las empresas se obtuvieron de la base de datos del Ministerio de Economía y Hacienda de España que engloba un total de 1.054 empresas públicas españolas dependientes de la Administración General del Estado, de las Comunidades Autónomas, de las capitales de provincia y de las Diputaciones Provinciales. A partir de dicha base de datos, se recopiló la

---

<sup>8</sup> Kaptein (2004), op.cit., p. 13

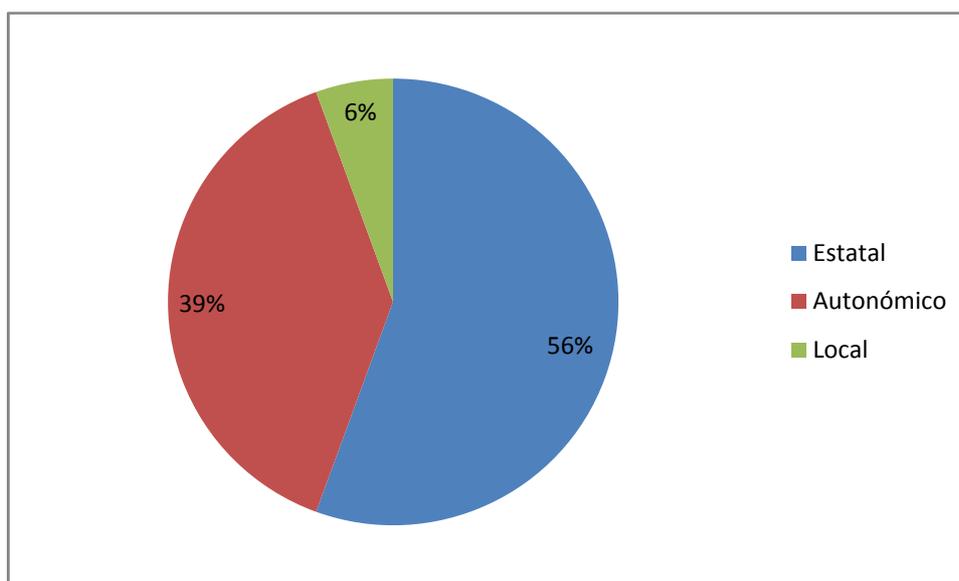
información de contacto de las empresas a través de herramientas de búsqueda de internet. La búsqueda se realizó entre los meses de Febrero y Mayo de 2012.

En total, se obtuvieron los correos electrónicos válidos de 519 empresas, a las cuales en Septiembre de 2012 se les envió un email explicando el objetivo del estudio y pidiendo que nos remitiesen su código ético en caso de que dispusieran de tal documento. Además se contactaron por correo postal 98 empresas públicas de ámbito estatal. Tras varios recordatorios por correo electrónico a las empresas contactadas, solamente 11 empresas nos remitieron su código.

Por ello, además se realizó un inventario de empresas públicas españolas participantes en iniciativas relacionadas con la RSC como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, *Global Reporting Initiative* (GRI) y Forética, y se consultó su página web. De esta manera se recogieron 7 códigos éticos adicionales. La recopilación de los códigos finalizó en Febrero de 2013. El número final de códigos analizados es 18, y el listado completo de los códigos analizados puede consultarse en el Anexo 1.

### 3.2.2. Descripción de la muestra

Con respecto al nivel administrativo de las empresas que cedieron sus códigos para el presente análisis, éstas pertenecen mayoritariamente a la Administración del Estado. Las restantes empresas dependen de las Comunidades Autónomas y solamente una empresa es de ámbito municipal. La Figura 3 muestra la distribución de las empresas por nivel administrativo.



**Figura 3: Tipología de empresas según nivel administrativo**

Las empresas abarcan un amplio espectro de tamaños y actividades como servicios financieros, servicios técnicos, transporte, asistencia sanitaria y desarrollo empresarial, entre otros.

Con relación a la participación de las empresas de la muestra en diferentes iniciativas de RSC, cabe destacar que el 28% son empresas adheridas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el 22% elaboran Memorias de Sostenibilidad según las directrices de la *Global Reporting Initiative* (GRI). Asimismo, el 11% de las empresas son miembros de Forética.

### **3.2.3. Metodología empleada en el análisis**

El análisis de contenido de los 18 códigos éticos de la muestra consistió en un inventario de las cuestiones incluidas en los textos de los códigos. Siguiendo el enfoque utilizado en el estudio de Ayuso y Garolera (2011), adaptamos el modelo de Kaptein (2004) y distinguimos entre (1) valores y principios, (2) relaciones con los grupos de interés y (3) conducta de empleados e (4) implantación y cumplimiento. Para cada empresa se rellenó una ficha, en la que se marcaban con una “x” los valores/principios, responsabilidades y normas de conducta que se mencionaban en el documento facilitado por la empresa. Como punto de partida se decidió que la ficha incluyera las cuestiones resultantes del estudio de Kaptein (2004) de las empresas multinacionales más grandes del mundo. Además, se habilitó un apartado de “otros” para poder incluir todos aquellos temas adicionales mencionados por las empresas de la muestra. A medida que avanzaba el análisis, quedó claro que muchos de los ítems propuestos por Kaptein (2004) no eran aplicables a las circunstancias de las empresas públicas, especialmente en el apartado de relaciones con los grupos de interés. En consecuencia, se adaptaron los ítems de análisis o se crearon ítems nuevos.

Una vez rellenas las fichas se procedió a la creación de una hoja de cálculo compuesta por 18 filas y 139 columnas. Las filas correspondían a las 18 empresas y las columnas a los aspectos mencionados por lo menos por una de las 18 empresas en su documento. Para cada empresa se introdujo un “1” en las casillas de los aspectos mencionados y un “0” para los no mencionados. Una vez completada la introducción de “1” y “0”, se calculó el número de veces que cada tema es mencionado por las 18 empresas de la muestra y el porcentaje que esta cantidad representaba del total. Cuando es posible, se realiza una comparación con los resultados del estudio de la Cátedra Mango de RSC sobre los códigos éticos de las empresas privadas españolas. A tal efecto, se eliminaron de la muestra utilizada por Ayuso y Garolera (2011) dos empresas de carácter público, por lo que la muestra comparativa resulta en 56 códigos de empresas.

### 3.3. Limitaciones

De la metodología empleada en el presente trabajo se derivan algunas limitaciones que queremos especificar. Como ya se ha mencionado anteriormente, la muestra analizada de códigos no es una muestra representativa de los códigos éticos de las empresas públicas españolas sino de conveniencia, con el objetivo de recoger el mayor número posible de códigos éticos. Por lo tanto, no es posible generalizar los resultados al universo más amplio de todas las empresas públicas de España.

Asimismo, el presente estudio sólo analiza los compromisos escritos en los códigos y no las prácticas empresariales. Es decir, no se evalúa la eficacia de los códigos de conducta como herramienta de gestión ni las conductas no formalizadas por escrito en el código (o contempladas en “subcódigos” específicos, como por ejemplo aquellos dirigidos a proveedores). En particular, no todos los códigos hablan de su implantación y cumplimiento, pero esto no quiere decir que estos temas no se controlen en las empresas. En este sentido, las conclusiones sobre el proceso de implantación de los códigos deben extraerse con cierta precaución.

Por último, cabe remarcar que el estudio deja de lado una cuestión importante y no evalúa cómo ha sido el proceso de elaboración del código de conducta: quién ha intervenido, cómo de participativo ha sido el proceso, etc.

## 4. Análisis de contenido de los códigos éticos

### 4.1. Perfil de los códigos

La gran mayoría de los 18 códigos analizados son documentos de acceso público (generalmente disponibles en la web corporativa) (83%), y solamente en un 17% de los casos se trata de documentos (confidenciales) de difusión interna. Con respecto a los títulos de los códigos analizados se observa que más empresas utilizan el término “código de conducta” (44%) frente a otras que prefieren el término “código ético” (22%) o la combinación de ambos como “código ético y de conducta” (11%). Un 22% emplea otros conceptos como “código de ética y buen gobierno” o “principios éticos de actuación”. Los títulos de todos los códigos analizados pueden consultarse en el Anexo 1.

La extensión de los códigos varía sustancialmente desde 2 a 54 páginas, siendo el promedio 14 páginas. Entre los códigos que indican el año de su elaboración, se observa que la mitad entró en vigor en los últimos dos años, 2012 y 2011 (53%) y que el código más antiguo data del 2005.

Este perfil de los códigos se asemeja al de los códigos éticos de las empresas privadas españolas analizadas por Ayuso y Garolera (2011), con la diferencia de que los códigos de las empresas públicas parecen datar en su mayoría de fechas más recientes.

### 4.2. Valores y principios

Al igual que los códigos de las empresas privadas, los códigos de las empresas públicas suelen comunicar los valores o principios fundamentales que deberían guiar el comportamiento de todos los miembros de la empresa en su conducta interna y en su relación con los grupos de interés externos. De las 18 empresas estudiadas, 12 (67%) incluyen de forma explícita valores o principios en su documento de código ético, y 3 empresas (17%) los incluyen de forma implícita.

Al revisar la declaración de valores incluida en los códigos de conducta, observamos que la excelencia / calidad / mejora continua es el valor más mencionado con un 50%, seguido de la integridad con 44% y la objetividad / imparcialidad / independencia con 33% (véase Tabla 3). Le siguen la transparencia y el trabajo en equipo / colaboración / cooperación (ambos 28%), y la responsabilidad, la innovación / creatividad, la igualdad / equidad, el interés público, la eficiencia y la honestidad (todos 22%). Otros valores como participación, protección del medio ambiente, satisfacción del cliente, lealtad y compromiso / implicación son citados en menor medida.

En definitiva, se aprecia claramente que la mayoría de los valores más nombrados de los códigos de conducta son valores de carácter ético (integridad,

imparcialidad, responsabilidad, equidad y honestidad), con especial referencia al servicio público (interés público, transparencia). Sin embargo, también vemos que los códigos incorporan algunos valores profesionales relevantes como la excelencia / calidad, la eficiencia y la innovación / creatividad. Estos resultados indican que las empresas públicas españolas elaboran sus códigos con el propósito de guiar su comportamiento ético, pero sin dejar de lado los objetivos de una gestión estratégica y profesionalizada.

**Tabla 3: Valores y principios de los códigos éticos**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Excelencia / Calidad / Mejora continua	<b>50%</b>	14%
Integridad	<b>44%</b>	36%
Objetividad / Imparcialidad / Independencia	<b>33%</b>	7%
Transparencia	<b>28%</b>	52%
Trabajo en equipo / Colaboración / Cooperación	<b>28%</b>	43%
Responsabilidad	<b>22%</b>	55%
Innovación / Creatividad	<b>22%</b>	39%
Igualdad / Equidad	<b>22%</b>	34%
Interés público	<b>22%</b>	n/d
Eficiencia	<b>22%</b>	20%
Honestidad	<b>22%</b>	18%

Si comparamos estos porcentajes con los datos de los códigos éticos de las empresas privadas, observamos algunas diferencias interesantes (véase Tabla 3). Llama la atención que los valores de excelencia, calidad y/o mejora continua sean nombrados tres veces más por las empresas públicas que por las empresas privadas. Una posible explicación es que las empresas privadas no sienten la necesidad de enfatizar estos principios en sus códigos éticos, puesto que ya suelen formar parte de sus valores corporativos. En cambio, las empresas públicas, confrontadas con la imagen de empresas menos eficientes, pueden estar interesadas en destacar su gestión profesional, incluso en un documento como el código ético.

También vemos que las empresas públicas incorporan en mayor medida algunos valores que pueden considerarse característicos del sector público, como la

integridad y la imparcialidad<sup>9</sup>, además del valor específico del interés público. Por contra, mencionan en menor medida los valores de transparencia, trabajo en equipo, responsabilidad, innovación e igualdad, algunos de ellos valores éticos relevantes en la filosofía del servicio público. Finalmente, se observa que los valores de eficiencia y honestidad se nombran en proporciones similares por empresas públicas y privadas.

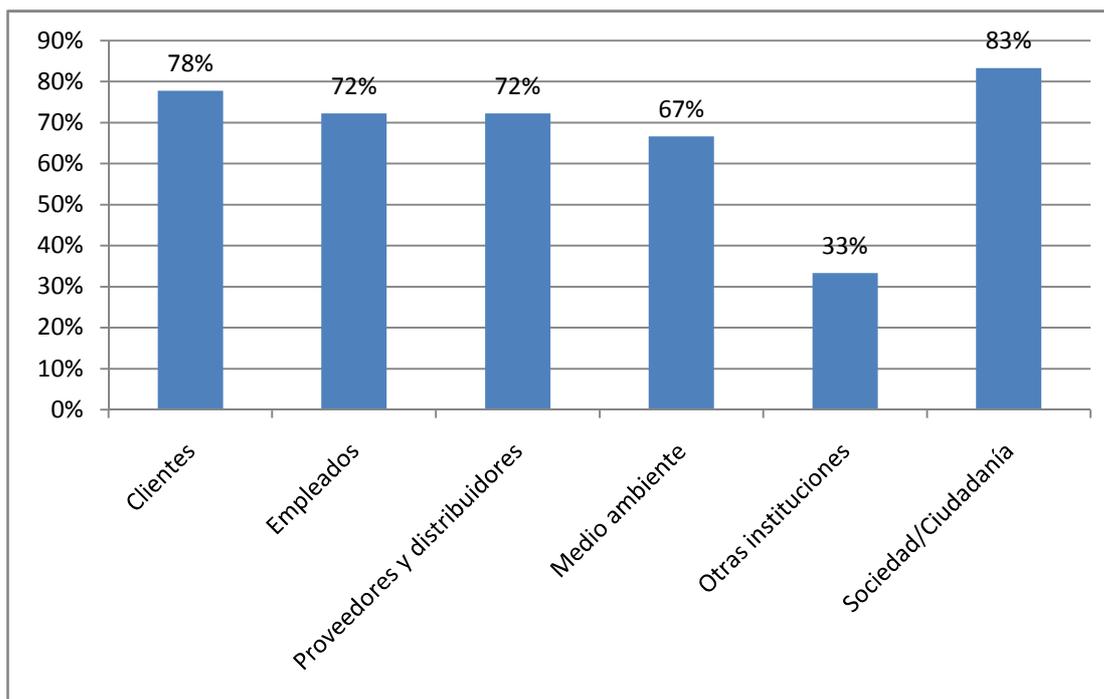
### 4.3. Relaciones con los grupos de interés

Aparte de los valores y principios, los códigos éticos también suelen describir las responsabilidades que las empresas creen que deberían asumir frente a sus diferentes grupos de interés, especialmente desde su función de servicio público. En este sentido, los textos hacen referencia a los objetivos y a las actitudes que deben prevalecer en las relaciones de la empresa (*“conduct on behalf of the company”*) con los empleados, clientes, proveedores, medio ambiente, etc.

14 de los 18 códigos éticos analizados (78%) incluyen responsabilidades específicas hacia alguno de los *stakeholders*. La Figura 4 muestra los grupos de interés que más dedicación reciben en función de la frecuencia con la que se mencionan las responsabilidades hacia cada uno de ellos. La gran mayoría de códigos incluyen el compromiso con la sociedad / ciudadanía, clientes, empleados, proveedores / distribuidores y medio ambiente, y sólo una tercera parte de los documentos hacen mención del comportamiento con las empresas colaboradoras y otras instituciones. A continuación se presentan con más detalle las responsabilidades encontradas para cada tipo de grupo de interés.

---

<sup>9</sup> van der Wal, Z., de Graaf, G. y Lasthuizen, K. (2008) What's valued most? Similarities and differences between the organizational values of the public and private sector. *Public Administration* Vol. 86, No. 2, 2008, pp. 465–482.



**Figura 4: Responsabilidades hacia los grupos de interés**

#### **a) Relación con clientes**

Aproximadamente dos tercios de las empresas públicas de nuestro estudio declaran que ofrecer productos y servicios de calidad o excelencia es una responsabilidad hacia sus clientes, en una proporción ligeramente menor a la de las empresas privadas (véase Tabla 4). La mitad de las empresas españolas públicas incluye también la protección de los datos personales como compromiso básico que deben regir la relación con clientes, y un 44% habla de satisfacer las necesidades de los clientes. Finalmente, se observa que en comparación con las empresas privadas, solamente una minoría de las empresas públicas incluye el compromiso de integridad/honestidad en la relación con clientes, aunque en el apartado anterior veíamos que buena parte de los códigos incluye este compromiso como un valor fundamental para la empresa.

**Tabla 4: Responsabilidades con los clientes**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Ofrecer productos/servicios de calidad / excelencia	<b>61%</b>	71%
Proteger datos personales	<b>50%</b>	45%*
Satisfacer necesidades clientes	<b>44%</b>	n/d
Anticipar necesidades clientes	<b>28%</b>	n/d
Trato equitativo	<b>28%</b>	n/d
Trato respetuoso	<b>22%</b>	n/d
Integridad / honestidad	<b>17%</b>	46%
Desarrollar relaciones a largo plazo	<b>17%</b>	n/d

\* Los códigos de las empresas privadas hablan de “privacidad / confidencialidad”.

## **b) Relación con empleados**

La mayoría de los códigos de conducta analizados contienen varias responsabilidades específicas hacia los empleados (véase Tabla 5). En particular, los textos mencionan con más frecuencia la no discriminación como principio general en el 61% de los casos, el desarrollo profesional (la formación) (56%), garantizar el respeto, los derechos o la dignidad de las personas (50%) y la prevención de los riesgos laborales (50%). Menos frecuentes son los compromisos de conciliación entre la vida profesional y personal (44%), el no acoso, abuso o violencia (39%), la selección y contratación con criterios de equidad (33%) y la voluntad de recoger las opiniones o mejoras propuestas (22%). En general, estas responsabilidades son descritas en menor medida por las empresas públicas que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011), a excepción de la conciliación entre trabajo y tiempo personal.

**Tabla 5: Responsabilidades con los empleados**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
No discriminación	<b>61%</b>	84%
Desarrollo profesional (formación)	<b>56%</b>	n/d
Garantizar respeto / derechos / dignidad	<b>50%</b>	68%
Prevención de riesgos laborales	<b>50%</b>	79%
Conciliación vida profesional y personal	<b>44%</b>	48%
No acoso, abuso o violencia	<b>39%</b>	n/d
Selección y contratación con equidad	<b>33%</b>	59%
Recoger opiniones / mejoras	<b>22%</b>	n/d

**c) Relación con proveedores y distribuidores**

En su relación con los proveedores y distribuidores, un poco menos de la mitad de las empresas públicas de la muestra (44%) especifican la responsabilidad de garantizar la imparcialidad en la selección de los mismos (véase Tabla 6). Algunas empresas públicas también hacen referencia a la integridad y/u honestidad en el trato con proveedores (17%) – menos que las empresas privadas - , sin embargo especifican otros principios establecidos en la Ley 30/2007 de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público, como transparencia (22%), publicidad (17%), concurrencia (17%), igualdad (17%) y confidencialidad (17%).

**Tabla 6: Responsabilidades con los proveedores y distribuidores**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Imparcialidad en la selección	<b>44%</b>	55%
Transparencia	<b>22%</b>	n/d
Integridad/ honestidad	<b>17%</b>	34%
Publicidad	<b>17%</b>	n/d
Concurrencia	<b>17%</b>	n/d
Igualdad / Trato equitativo	<b>17%</b>	n/d
Confidencialidad	<b>17%</b>	n/d

**d) Relación con empresas colaboradoras y otras instituciones**

Con respecto a las relaciones de las empresas con otras entidades colaboradoras – ya sean empresas o instituciones –, vemos que un tercio de los códigos mencionan el principio de colaboración (véase Tabla 7). Otras cuestiones son mencionadas en porcentajes menores como el respeto (11%), la lealtad (6%) y el suministro de información veraz (6%). Estos datos son difícilmente comparables con los códigos de las empresas privadas, que en algunos casos incluyen compromisos parecidos en relación con la competencia.

**Tabla 7: Responsabilidades con empresas colaboradoras y otras instituciones**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Colaboración	<b>33%</b>	n/d
Respeto	<b>11%</b>	7%*
Lealtad	<b>6%</b>	18%*
Suministrar información veraz	<b>6%</b>	0%*

\* Los códigos de las empresas privadas hablan de estos compromisos en la relación con la competencia.

**e) Relación con el medio ambiente**

La mitad de los códigos de conducta analizados muestran una preocupación por la relación entre la empresa y el medio ambiente (véase Tabla 8). Así, un 50% de las empresas públicas manifiesta la importancia de prevenir, preservar y restaurar el medio ambiente, un 39% hace referencia a limitar y reducir el impacto ambiental generado por la empresa y un 22% incluye el compromiso de un uso

eficiente de los recursos. Estas responsabilidades son descritas en menor medida por las empresas públicas que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011).

**Tabla 8: Responsabilidades con el medio ambiente**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Prevenir, preservar y restaurar	<b>50%</b>	63%
Limitar y reducir impacto ambiental	<b>39%</b>	46%
Uso eficiente de recursos	<b>22%</b>	43%

#### **f) Relación con la sociedad**

Con respecto a la relación de las empresas con la sociedad, el principal compromiso los códigos de conducta analizados es el de cumplir con la legalidad vigente que aparece en el 72% de los códigos (véase Tabla 9). Luego, las responsabilidades más mencionadas en los textos de los códigos son la colaboración con entidades o instituciones sociales (28%), la contribución al desarrollo económico y social (22%), el respeto de los derechos humanos y libertades públicas (17%), la imparcialidad política (17%), la prohibición de donaciones políticas (17%) y la participación y diálogo (17%). Estas responsabilidades son descritas en igual o mayor medida por las empresas públicas que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011), hecho que se explica por la misión de las empresas públicas al servicio del interés general.

**Tabla 9: Responsabilidades con la sociedad**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Cumplimiento legalidad	<b>72%</b>	86%
Colaboración con entidades / instituciones sociales	<b>28%</b>	13%
Contribuir al desarrollo económico y social	<b>22%</b>	14%
Respeto derechos humanos y libertades públicas	<b>17%</b>	23%
Imparcialidad política	<b>17%</b>	4%
No donaciones políticas	<b>17%</b>	n/d
Participación y diálogo	<b>17%</b>	n/d

#### 4.4. Conducta de empleados

Los códigos éticos suelen dirigirse con especial atención al *stakeholder* empleados y estipular la conducta que la compañía espera de ellos en su relación con la empresa y con el resto de compañeros de trabajo. En este sentido, los textos hacen referencia a una amplia gama de normas y reglas de comportamiento que los empleados deberían seguir con respecto a diferentes temas como los fondos y equipos corporativos, la información corporativa, el trato entre empleados, etc. - muchas de ellas formuladas como prohibiciones para evitar dañar la compañía ("*conduct against the company*").

De los 18 códigos éticos analizados, 17 (94%) incluyen normas específicas de conducta para los empleados, que a continuación se presentan con más detalle.

En cuanto al comportamiento de los empleados relativo a los fondos corporativos, el uso eficiente y/o racional de los recursos, la contabilidad clara y auditable y la prohibición de los gastos injustificados – en este orden – son las conductas que más importan a las empresas públicas objeto del estudio (véase Tabla 10). Otras cuestiones, como el fraude, el uso impropio de los fondos y la limitación de los gastos de protocolo son nombradas por algunos códigos en particular.

En comparación, los códigos de las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011) contienen en mayor medida prohibiciones de comportamientos no éticos como el fraude y la malversación de fondos.

**Tabla 10: Uso de fondos corporativos**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Uso eficiente / racional de recursos	<b>39%</b>	n/d
Contabilidad clara y auditable	<b>22%</b>	n/d
No gastos injustificados	<b>17%</b>	14%

En cuanto al comportamiento de los empleados relativo a los equipos corporativos, un 44% de las empresas de la muestra hacen referencia a su uso apropiado, un 33% prohíbe su uso no contractual o particular y un 28% incluyen la norma de proteger y conservarlos (véase Tabla 11). En este caso, los porcentajes son ligeramente inferiores a los de las empresas privadas. En cambio, mientras algunas empresas privadas prohíben explícitamente el robo de los equipos y bienes (14%), esta cuestión sólo se menciona en uno de los códigos de empresas públicas.

**Tabla 11: Uso de equipos corporativos**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Uso apropiado	<b>44%</b>	55%
No uso no contractual / particular	<b>33%</b>	n/d
Protección y conservación	<b>28%</b>	39%

Con respecto al uso de la información corporativa, la necesidad de guardar la información confidencial es la conducta que más atención recibe por parte de las empresas públicas de la muestra (83%) (véase Tabla 12). Esta cuestión también la contemplan tres cuartas partes de los códigos de empresas privadas españolas. En cambio, el uso indebido o inadecuado de la información (44%) y el mantenimiento de registros precisos (17%) son temas incluidos más bien por las empresas públicas.

**Tabla 12: Uso de información corporativa**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Guardar información confidencial	<b>83%</b>	75%
No uso indebido de la información	<b>44%</b>	n/d
Mantener registros precisos	<b>17%</b>	n/d

La mayoría de las empresas públicas españolas del estudio están preocupadas por los conflictos de interés y la aceptación y/o entrega de regalos o compensaciones (78%), porcentaje ligeramente mayor que las empresas privadas (véase Tabla 13). Un 61% de las empresas públicas mencionan en sus códigos la corrupción y el soborno en los que puedan incurrir sus empleados. En menor medida, las empresas de la muestra mencionan la incompatibilidad de funciones – una cuestión específica del sector público – y la prohibición de favorecer amigos y familiares.

**Tabla 13: Relaciones con otras entidades**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
No conflictos de interés	<b>78%</b>	64%
No aceptar / entregar regalos	<b>78%</b>	59%
No corrupción o soborno	<b>61%</b>	75%
No incompatibilidades de funciones	<b>33%</b>	n/d
No trato de favor (amigos y familia)	<b>28%</b>	25%

Casi un tercio de las empresas públicas de la muestra incluyen el imperativo del trabajo eficiente en sus códigos (véase Tabla 14). Otras cuestiones que hacen referencia al uso del tiempo en el trabajo son mencionados por pocas empresas tanto públicas como privadas, como por ejemplo la prohibición del consumo de alcohol y drogas, el uso privado de Internet y las faltas por bajas injustificadas.

**Tabla 14: Uso del tiempo corporativo**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Trabajo eficiente	<b>28%</b>	n/d
No uso privado de internet	<b>0%</b>	7%
No alcohol o drogas	<b>6%</b>	5%
No bajas injustificadas	<b>0%</b>	2%

En cuanto al trato entre los empleados, la mitad de empresas enfatiza en sus códigos el trato respetuoso y la cooperación o trabajo en equipo (50%) (véase Tabla 15). Otros temas incluidos en menor medida son la prohibición del acoso físico o psicológico, de la intimidación u ofensa y del abuso de la autoridad. Cabe remarcar que los códigos de las empresas privadas contemplan en porcentajes mayores el respeto mutuo entre empleados y la prohibición de la discriminación – este último un tema apenas mencionado por las empresas públicas.

**Tabla 15: Trato entre empleados**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)</b>
Trato respetuoso	<b>50%</b>	73%
Cooperación / trabajo en equipo	<b>50%</b>	n/d
No acoso físico o psicológico	<b>17%</b>	21%*
No intimidación u ofensa	<b>17%</b>	4%**
No abuso de la autoridad	<b>17%</b>	n/d

\* Los códigos de las empresas privadas hablan de “acoso sexual”.

\*\* Los códigos de las empresas privadas hablan de “bullying”.

#### 4.5. Implantación y cumplimiento

La credibilidad de un código de conducta no depende sólo de los temas que abarca, sino también de los esfuerzos realizados para implantar el código en la práctica. En este apartado, vamos a examinar la información que contienen los códigos sobre herramientas para su implantación y cumplimiento.

Como ya se ha mencionado anteriormente (véase apartado 3.3.), el hecho de que los códigos no proporcionen información sobre la implantación y cumplimiento no quiere decir que la empresa no haya definido procedimientos al respecto. Algunas empresas simplemente deciden no formalizar estos procedimientos o definir documentos separados que los describan.

De los códigos analizados, la mayoría hace alguna referencia al proceso de implantación (67%), aunque sea de forma muy general. De manera más específica, la Tabla 16 muestra la proporción de los códigos que mencionan alguna de las herramientas para asegurar la implantación y el cumplimiento del código. Cabe remarcar que casi todos los mecanismos son descritos en mayor medida por las empresas públicas que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011).

**Tabla 16: Herramientas para implantación y cumplimiento de los códigos**

	<b>Muestra empresas públicas (n=18)*</b>	<b>Muestra empresas privadas (n=56)**</b>
Comunicación interna	<b>58%</b>	28%
Organismo de seguimiento	<b>100%</b>	74%
Sistemas de seguimiento	<b>0%</b>	13%
Canales de denuncia	<b>92%</b>	57%
Sanciones	<b>67%</b>	50%

\*Los porcentajes se refieren a los 12 códigos que hacen alguna referencia al proceso de implantación.

\*\*Los porcentajes se refieren a los 46 códigos que hacen alguna referencia al proceso de implantación.

La herramienta nombrada por todas las empresas es la existencia de un organismo de seguimiento, que puede ser un comité creado ad hoc (generalmente denominado “Comité de Ética” o similar) o bien una responsabilidad asumida por un departamento existente (Recursos Humanos, Administración) o el Comité de Dirección. Este organismo suele tener como principales funciones resolver dudas sobre la interpretación y/o aplicación del código y revisar y actualizar el texto del código.

Un porcentaje muy elevado de las empresas (el 92%) explica en sus códigos que ha establecido un canal de denuncia específico, a veces denominado “canal ético”. En la mayoría de los casos se especifica que los empleados no solamente pueden comunicar los incumplimientos del código a su superior jerárquico, sino que también disponen de una dirección de correo postal o electrónico.

Más de la mitad de las empresas (el 67%) también hablan de sanciones en caso de incumplimiento del código. Sin embargo, normalmente se utilizan formulaciones generales como que se tomarán las acciones disciplinarias de acuerdo con lo establecido en el convenio colectivo o la legislación vigente.

En una proporción ligeramente menor, un 58% de los códigos incluyen referencias a la comunicación interna para difundir el código, pero ninguno hace referencia a un sistema de seguimiento para evaluar el nivel de cumplimiento del código.

## 5. Conclusiones

El objetivo del presente estudio era examinar el contenido de los códigos éticos o de conducta establecidos por las empresas públicas españolas y analizar los compromisos adquiridos en estos documentos. Tras el exhaustivo análisis de contenido de los 18 códigos de la muestra, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- Los códigos éticos de las empresas públicas son un fenómeno muy reciente en España, ya que la mayoría de los códigos recopilados han sido elaborados en los últimos dos años. Se trata generalmente de documentos de acceso público (disponibles en la web corporativa) y con una extensión variable (14 páginas en promedio).
- De los 18 códigos éticos analizados en el presente estudio, el 67% incluyen valores o principios, el 78% incluyen responsabilidades específicas hacia alguno de los grupos de interés y el 94% incluyen normas específicas de conducta para los empleados. Parece ser que estos tres elementos están presentes en la mayoría de los códigos de las empresas públicas, aunque el énfasis está en las pautas de conducta para empleados.
- De acuerdo con su objetivo, los códigos de conducta de las empresas públicas hacen más referencia a valores de carácter ético, sobre todo algunos valores que pueden considerarse característicos del sector público, como integridad, imparcialidad y transparencia. Sin embargo, la mitad de los códigos también incorpora valores profesionales relevantes como excelencia, calidad y/o mejora continua para remarcar su gestión estratégica y profesionalizada.
- Los *stakeholders* que más dedicación reciben en los códigos de las empresas públicas son la sociedad/ciudadanía, los clientes, los empleados y los proveedores/distribuidores. De acuerdo con estas orientaciones de los códigos, los compromisos mencionados con más frecuencia son el compromiso de cumplir con la legalidad vigente, la oferta de productos / servicios de calidad a los clientes, la no discriminación hacia los empleados y el desarrollo profesional de los empleados. De nuevo podemos observar que las empresas públicas españolas combinan los compromisos genuinamente éticos, como el trato igualitario, respetuoso e imparcial de empleados o proveedores, con compromisos más bien estratégicos como cumplir con las expectativas de los clientes.
- Las normas de conducta más comunes hacen referencia a la correcta gestión de la información confidencial, los conflictos de interés, la aceptación o entrega de regalos y la corrupción / soborno.

- A pesar de las similitudes encontradas entre los códigos éticos de las empresas públicas y las privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011), en especial en lo que hace referencia a las responsabilidades hacia los diferentes grupos de interés y las normas de conducta de los empleados, también se vislumbran algunas singularidades de los códigos éticos de las empresas públicas – sobre todo palpables en los valores y principios fundamentales.
- En general, los valores/principios, responsabilidades y normas de conducta identificados en los códigos de las empresas de la muestra son mencionados con menos frecuencia que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011). En consecuencia, se puede concluir que existe menos uniformidad en los contenidos de los códigos de las empresas públicas que en los de las empresas privadas, aunque este resultado puede ser debido al tamaño reducido de la muestra. Cabe remarcar que sí existen altos índices de uniformidad en pautas para los empleados con respecto al uso de la información corporativa y las relaciones con otras entidades, cuestiones que parecen preocupar especialmente al sector público.
- De los códigos analizados, la mayoría hace alguna referencia al proceso de implantación (67%), aunque sea de forma muy general. En particular, estos códigos mencionan la creación de un organismo de seguimiento para resolver dudas sobre la interpretación y/o aplicación del código, la creación de un canal de denuncia específico, la definición de sanciones en caso de incumplimiento del código y la difusión del código a través de la comunicación interna. Todos estos mecanismos son descritos en mayor medida por las empresas públicas que por las empresas privadas del estudio de Ayuso y Garolera (2011), lo que sugiere que en este ámbito ya existe cierto consenso en el sector público.

## Anexos

### Anexo 1: Listado de empresas públicas y códigos analizados

<b>Empresa</b>	<b>Título del código</b>
Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF)	Código Ético y de Conducta
Autoridad Portuaria de A Coruña	Código de Conducta
Badalona Serveis Assistencials (BSA)	Codi ètic (Código ético)
Comarca Bilbao / Bilbo Eskualdea de Osakidetza	Código ético
Compañía Española de Financiación del Desarrollo, S.A.(COFIDES)	Código ético
Consortio Escuela de la Madera (CEMER)	Código de Conducta de Responsabilidad Social Empresarial
Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA)	Código de Conducta
Grupo Enusa	Código de Conducta Corporativa
Grupo SPRI - Sociedad para la Transformación Competitiva / Eraldaketa Lehiakorrerako Sozietatea, S.A.	Código de Ética y Buen Gobierno
IHOBE	Código ético y de conducta
Ingeniería de Sistemas para la Defensa de España (Isdefe)	Código de Conducta
Ingeniería y Economía del Transporte, S.A. (INECO)	Código de Conducta
Instituto de Crédito Oficial (ICO)	Código de Conducta
Paradores de Turismo de España S.A.	Código Ético
Parque Tecnológico de Álava / Arabako Teknologi Parkea, S.A.	Código de Ética y Buen Gobierno
Parque Tecnológico de San Sebastián / Donostiako Teknologi Elkartegia, S.A.	Código de Ética y Buen Gobierno
Sociedad de Infraestructuras Rurales Aragonesa, S.A. (SIRASA)	Principios éticos de actuación
Sociedad Estatal Correos y Telégrafos (Correos)	Código General de Conducta

## Información sobre los autores

**Silvia Ayuso:** Doctora en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de Barcelona, Ingeniera de Tecnología Ambiental por la Universidad Técnica de Berlín y Diplomada en Filosofía por la Universidad Técnica de Berlín. Es la coordinadora e investigadora principal de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa de la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF) y profesora de ESCI-UPF. Antes de trabajar en ESCI-UPF ha sido investigadora post-doctoral en el Center for Business in Society y la Cátedra 'la Caixa' de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo de IESE Business School y colaboradora académica de la Universitat Oberta de Catalunya. También ha trabajado como consultora ambiental y auditora de sistemas de gestión ambiental (ISO 14001). En el ámbito de la investigación académica, su principal área de interés es la responsabilidad y sostenibilidad empresarial, y ha llevado a cabo numerosos proyectos de investigación relacionados con la estrategia y gestión de la RSC, gobierno corporativo, diálogo con los *stakeholders* e innovación. Recientemente ha participado como investigadora de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras en el proyecto "Medición y valoración de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las empresas del IBEX 35".

## Agradecimientos

Quisiera dar las gracias a Manuel Pedro Rodríguez Bolívar y Raquel Garde Sánchez, profesores de la Universidad de Granada, por su colaboración en este proyecto y su amable cesión de la base de datos. Asimismo, quisiera expresar mi agradecimiento a Germán Granda, Ricardo Trujillo y Beatriz Berruga de Forética, por apoyar el estudio y facilitar el contacto con algunas empresas públicas colaboradoras. Finalmente, quisiera agradecer a todas las empresas públicas que han participado en el estudio y nos han facilitado su código ético para la presente investigación.

En colaboración con:



Escola Superior de Comerç Internacional  
Passeig Pujades, 1  
08003 Barcelona  
Tel.: 93 295 4710  
Fax: 93 295 47 20  
[www.esci.upf.edu](http://www.esci.upf.edu)