NOTA DE OPINIÓN

MAYO DE 2020

Contar con Políticas de Integridad, ¿es diferente si las empresas son cotizadas o no?

El consumidor/usuario/cliente es cada vez más exigente y toma en cuenta las políticas de sustentabilidad, responsabilidad social empresaria e integridad corporativa, a la hora de elegir productos y servicios.

POR MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ BELLENE

Miembro de la Comisión Académica de Derecho Tributario
Colegio de Abogados y Procuradores de la Primera Circunscripción Judicial – Mendoza

Partimos de la premisa de que todo lo que sea referido a transparencia e integridad empresaria, así como también aquello que aporte un escudo de protección a la compañía en materia de prevención de riesgos, no es privativo de las empresas cotizadas y puede ser perfectamente adaptable a cualquier persona jurídica.

De hecho, la adopción de principios éticos y valores dentro de una empresa no discrimina entre personas jurídicas cotizadas y no cotizadas.

Toda compañía tiene el deber de actuar de forma responsable y ética, pudiendo además ser tomada incluso como modelo dentro del rubro en el que se desempeñe y de esa forma, empezar a generar un ***spread*** positivo, que termina influyendo y repercutiendo a nivel social.

Resulta imperiosa la necesidad de fomentar una cultura ética dentro de las organizaciones. Ese concepto debe ser incorporado por aquellos que conforman el núcleo de inversores, accionistas y Alta Dirección en general, porque el ***tone from the top*** de éstos ***Stakeholders*** es el que va a permitir avanzar con políticas de integridad dentro de las organización, más allá de que después se pueda adoptar un modelo de ***Compliance*** Normativo o de ***Compliance*** Normativo Penal, porque siempre depende de un tema de presupuesto y apetito de riesgo de las firmas, pero los principios de auto-regulación en materia de ***Compliance***, son lo suficientemente flexibles como para que cada persona jurídica los adapte a sus necesidades.

Es por eso que incluso puede que aquellos Programas de Integridad que poseen las sociedades cotizadas, sean tomados en cuenta como parámetro por empresas que se encuentran dentro del mismo rubro o actividad pero que no cotizan en Bolsa, generando un efecto cascada de un patrón de comportamiento que en definitiva, determina a otras personas jurídicas y al Estado como ente público –por qué no–, a proceder de forma responsable y ética, por las

consecuencias que supone la adopción de tales medidas.

Las empresas cada vez más toman conciencia del activo que importa la reputación. No obstante, requiere una inversión por parte de las compañías que es necesario que tengan en cuenta, "inversión a largo plazo" que se verá reflejada en el incremento de valor de la imagen y reputación como activos intangibles de las firmas y por ende de las acciones, valor económico de la empresa.

En consecuencia, la adopción de políticas de integridad es rentable y genera ventajas competitivas en un mercado en el que cada vez el consumidor/usuario/cliente es más exigente y toma en cuenta en mayor consideración las políticas de sustentabilidad, responsabilidad social empresaria e integridad corporativa, a la hora de elegir un producto o servicio.

Sabiamente Charles Darwin declaró: "No es el más fuerte de las especies el que sobrevive, tampoco es el más inteligente el que sobrevive. Es aquel que es más adaptable al cambio..." •