

CÓDIGOS DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES Y CONTRATISTAS DE EMPRESAS MULTINACIONALES ESPAÑOLAS

Wilfredo Sanguineti Raymond
Catedrático de Derecho del Trabajo
Universidad de Salamanca

¿Qué son los códigos de conducta?

- Son instrumentos de creación voluntaria mediante los cuales las EMN:
 - Proclaman su vocación de hacer respetar un núcleo básico de derechos laborales en sus cadenas de valor
- Surgen con el fin de controlar los riesgos a los que se ve sometida la reputación de sus marcas
 - Como consecuencia de la deslocalización de los procesos de fabricación hacia países emergentes.
- A la vez, contribuyen a cubrir los déficits de protección existentes en esos países
 - A falta de reglas internacionales directamente vinculantes

Una progresiva evolución

- Los CC han evolucionado
- De puras declaraciones unilaterales
 - Desprovistas de efectos vinculantes y mecanismos de verificación
- A instrumentos que convierten su contenido
 - En criterio de selección o regla de obligado cumplimiento para los socios comerciales de la EMN
 - E incluyen sistemas de verificación y sanciones en el plano comercial

Los CC de las EMN españolas

- No son un instrumento de uso infrecuente
- Se ha detectado 17 CC
 - Pertenecientes a sectores diversos
 - Entre los cuales destaca el textil y de la confección
- Son instrumentos heterogéneos
 - Al extremo de no ser posible el estudio unitario de todos ellos

Un criterio particular de clasificación

- No utilizaremos el criterio tradicional
 - Basado en la mayor o menor presencia de medios de control o verificación
- Sino el relativo al empleo o no de la influencia que la EMN tiene sobre sus colaboradores
 - Como consecuencia de su control sobre el proceso global de producción
- Si se instrumentaliza o no la relación comercial
 - Condicionándola al acatamiento del CC

Tres tipos de instrumentos

a. Menores: prevén solo un “deber de influencia”

- Dirigido a fomentar su cumplimiento, sin condicionar la relación comercial
- Así, Iberia, Gas Natural Fenosa o Indra

b. Intermedios: incluyen medidas positivas de fomento, aunque no vinculantes

- Generalmente indicando que se primará comercialmente a los proveedores que los cumplan
- Así, BBVA, NH y Gamesa

c. Mayores: su respeto es condición para el establecimiento o la permanencia de la relación comercial

- A ellos les dedicaremos una atención especial

Ámbito de los instrumentos mayores

- Son ocho, pertenecientes a tres sectores:
 - Banca (Sabadell y Popular), energía y gestión de aguas (Acciona y Fluidra) y textil y de la confección (Inditex, Mango, Cortefiel y Adolfo Domínguez)
- Diseñados específicamente para ser aplicados sólo a proveedores y contratistas
 - Salvo el de Adolfo Domínguez
- Cuatro extienden su aplicación a todos los eslabones de las cadenas de producción
 - Con el fin de conseguir la completa “trazabilidad social” de los productos

Fórmulas de imposición de su exigibilidad

a. La “contractualización”

- Mediante la imposición del deber de adherirse al CC (Inditex, Adolfo Domínguez, Fluidra)
- De firmarlo (Mango)
- O de incluir una cláusula en los contratos (Bco Popular)

b. La declaración general de su obligatoriedad (Cortefiel)

c. El compromiso de no operar con quienes no lo respeten (Bco Sabadell)

- O de rescindir sus contratos si lo incumplen (Acciona)

Contenidos más relevantes

- Dos bloques fundamentales:
 - a. Derechos fundamentales laborales
 - Conforme a la Declaración de la OIT de 1998
 - Mediante declaraciones genéricas o regulaciones específicas
 - Se añade la prohibición de tratos indignos o degradantes
 - b. Condiciones laborales básicas
 - Especialmente salarios, tiempo de trabajo y seguridad y salud
 - A partir de la exigencia del cumplimiento de la regulación vigente en el país sede, se incluye contenidos adicionales

Herramientas para garantizar el cumplimiento

a. Publicidad:

- Obligación genérica o específica de dar difusión al CC

b. Control de aplicación:

- Obligación de aceptar auditorías o verificaciones
- Pocas referencias a canales de denuncias
- Ninguna mención a la participación de los representantes

c. Aparato sancionatorio con repercusión en el plano mercantil

- Derecho de la EMN a poner fin a la relación comercial ante incumplimientos graves
- Escasa alusión a la adopción de medidas correctoras previas

¿Cómo reforzar la efectividad de los CC?

- Los CC del tercer tipo pueden tener una eficacia absoluta
 - Si la EMN tiene interés en hacerlos cumplir
- De no ser así, no hay un medio para exigirlos
 - Más allá del recurso a la presión de la opinión pública
- Se está abriendo una vía para hacerlos exigibles
 - Suscribir un AMI de garantía de su cumplimiento con las federaciones sindicales mundiales
 - Este modelo es impulsado en España por Inditex

MUCHAS GRACIAS