



Asociación  
Colombiana  
de BPO

# Código de Ética y Buenas Prácticas

## de la Asociación Colombiana de BPO



# Contenido

	<i>Pág.</i>
<b>PREÁMBULO</b>	4
<b>ALCANCE</b>	5
<b>DEFINICIONES</b>	5
<b>PRINCIPIOS</b>	6
Respeto a los Derechos Humanos	6
Comunicación Responsable	6
Transparencia y Honestidad	6
Principio de Conformidad con el Ordenamiento Jurídico Vigente	7
Principio de Respeto a la Competencia	7
Principio de Protección de Datos Personales	7
Principio de Protección de los Derechos de los Consumidores	7
Principio de Responsabilidad	7
Principio de Buena Fé	7
Principio de Justicia	7
<b>CAPÍTULO PRIMERO: CON SUS COMPETIDORES</b>	8
Promoción de la Leal y Libre Competencia	8
Lealtad con el Competidor	8
Prohibición de Cláusulas de Exclusividad	9
Prohibición de Acuerdos Restrictivos de la Competencia	10
Prohibición del Abuso de Posición Dominante	11
Prohibición en la Injerencia de Precios	11
Designación de un Responsable del Cumplimiento de la Normatividad Vigente	11
Educación Continua sobre Protección de la Competencia	12
Contacto entre Competidores	12
Debida Diligencia en la Contratación	12
Divulgación de Información	12
Correctivos ante Incidentes de Incumplimiento Legal	13
<b>CAPÍTULO SEGUNDO: CON CLIENTES</b>	14
Observación de la Legislación Comercial	14
Confidencialidad	14
Sostenibilidad	14
Asistencia	14
Obsequios y Otras Hospitalidades	14
Optimización del Servicio al Cliente	15



<b>CAPÍTULO TERCERO: CON SUS TRABAJADORES</b>	15
Valores	15
Entorno Laboral	15
Reclutamiento	16
Formación o Entrenamiento	16
Formación Continua	16
Contratación	17
Condiciones del Espacio de Trabajo	17
Trabajo a Distancia	17
Respeto a la Asociación Sindical	17
Remuneración	17
Crecimiento Profesional	17
Inclusión Laboral de Personas con Condición Funcional Limitada, Equidad de Género, Población Vulnerable	18
Prevención del Acoso Sexual	18
Prevención del Acoso Laboral	18
Vacaciones	19
Recesos	19
Promoción del Empleo Juvenil	19
<b>CAPÍTULO CUARTO: CON LOS CONSUMIDORES</b>	20
Calidad y Seguridad	20
Protección de Datos Personales	20
Condiciones de la Relación Comercial con el Consumidor	20
<b>CAPÍTULO QUINTO: RESPONSABILIDAD</b>	21
<b>CAPÍTULO SEXTO: MONITOREO</b>	22
Objetivos del Monitoreo	22
Frecuencia de la Evaluación	22
Publicación de Resultados	22
<b>CAPÍTULO SÉPTIMO: RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS</b>	23
Disposiciones Generales	23
Infracciones y Sanciones	24

# Código de Ética y Buenas Prácticas de la Asociación Colombiana de BPO

*(Business Process Outsourcing) - BPrO*

## PREÁMBULO

Las empresas vinculadas a la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO (Business Process Outsourcing), - en adelante La Asociación o BPrO, indistintamente, han establecido como misión el desarrollo de actividades estratégicas que consoliden la imagen, crecimiento y competitividad del sector por medio de la promoción de los negocios en un entorno ético basado en buenas prácticas en el relacionamiento con clientes, consumidores, fuerza laboral y entre las empresas.

En los últimos años, Colombia se ha posicionado como un destino importante para el desarrollo de operaciones BPO; factores como su huso horario, ubicación geográfica, disponibilidad de telecomunicaciones de alta calidad, y recurso humano cualificado han convertido al país en un destino atractivo de inversión en este sector para empresas con presencia global y de diversos orígenes<sup>1</sup>.

Conscientes de la incidencia de este sector en el crecimiento del país y de que resulta necesario adoptar las herramientas adecuadas que permitan optimizar la experiencia de todos los actores involucrados en la cadena de valor que componen los servicios, BPrO pone a disposición de sus Empresas Asociadas este Código de Ética y Buenas Prácticas como un instrumento vinculante que traza las pautas determinantes para el desarrollo eficaz de los negocios asociados a estos servicios en un entorno honesto y leal.

Por lo tanto, es importante que en este sector se garantice el ejercicio de la libre y leal competencia de manera que se promueva la eficiencia del mercado y el bienestar del

talento humano y los Grupos de Interés, así como la protección de los derechos de los consumidores o destinatarios finales de los bienes y servicios que conminan a la externalización de procesos corporativos por medio de las Empresas Asociadas. De esta manera, el Código prevé lineamientos específicos en los temas mencionados.

Por consiguiente, las empresas que suscriben el presente Código de Ética y Buenas Prácticas, así como las que a futuro se asocien a BPrO, se comprometen a cumplir todas las leyes aplicables y a respetar los derechos humanos y las disposiciones de este Código, a velar por su adecuada observancia en el sector, a garantizar que en caso de evidenciar posibles infracciones se informen y se impongan las sanciones procedentes en un escenario que respete el debido proceso, en aras de garantizar su aplicabilidad.

Para estos fines, las Empresas Asociadas se comprometen a desarrollar de manera socialmente responsable su objeto social, así como sus actividades comerciales, operativas y laborales y expresan su disposición a cumplir los principios y lineamientos éticos establecidos por medio del presente instrumento, ya que un sector autorregulado preserva la confianza de los Grupos de Interés.

Por último, las Empresas Asociadas a BPrO se comprometen a realizar la difusión y programas de capacitación necesarios de este Código al interior de sus organizaciones, Junta Directiva, Comités de Gerencia y a todos los empleados que ostentan posiciones en los primeros tres niveles directivos de la empresa.

## ALCANCE

El presente Código de Ética y Buenas Prácticas establece los usos comerciales, operativos y laborales de las Empresas Asociadas a BPrO los cuales son conformes con el ordenamiento jurídico vigente e incorpora además las costumbres éticamente aceptadas dentro del sector que regirán el ejercicio profesional y socialmente responsable de los servicios directos, agregados y conexos de sus actividades.

## DEFINICIONES

### **Business Process Outsourcing (BPO):**

Tercerización de procesos de negocio, se entiende como la delegación de uno o más procesos de negocio, intensivos en el uso de tecnologías de la Información, a un proveedor externo, quien a su vez posee, administra y gerencia los procesos seleccionados, basado en métricas definidas y medibles. Se divide en Front Office y Back Office.

**Cliente:** Toda persona natural o jurídica que contrate los servicios ofrecidos por las Empresas Asociadas.

**Competencia Desleal<sup>III</sup>:** En concordancia con lo establecido por el numeral 2o. del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante la Ley 256 de 1996, se considera que constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.

**Consumidor:** Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto o servicio de los clientes de las

Empresas Asociadas para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.

**Empresas Asociadas:** son las personas jurídicas asociadas a la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO (Business Process Outsourcing).

**Inclusión<sup>III</sup>:** Según la Ley Estatutaria 1618 de 2013, la inclusión es un proceso que asegura que todas las personas tengan las mismas oportunidades y la posibilidad real y efectiva de acceder, participar, relacionarse y disfrutar de un bien, servicio o ambiente, junto con los demás ciudadanos, sin ninguna limitación o restricción, mediante acciones concretas que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas.

**Grupos de Interés:** son aquellas personas naturales y/o jurídicas que tienen algún tipo de relación con las Empresas Asociadas o incidencia en ellas, de manera que cualquiera de las decisiones estratégicas de estas pueden afectarles de forma directa o indirecta. Son Grupos de Interés entre otros, los accionistas, los trabajadores, los clientes, los proveedores y el Gobierno.

**Posición Dominante:** Se presenta cuando una empresa tiene la capacidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones del mercado en el que participa, es decir, puede actuar de forma independiente de las condiciones competitivas del mercado y del comportamiento de la demanda. Así, la empresa que ejerce la posición dominante en el mercado puede fijar precios, calidad, cantidad y otras características sin tener en cuenta lo que sucede en el mercado.

**Prácticas restrictivas de la competencia:** Acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos,

mercancías o servicios nacionales o extranjeros, y en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia.

**Tercero independiente:** es Autocontrol Colombia.

## PRINCIPIOS

En aras de reflejar el compromiso de las Empresas Asociadas con los Grupos de Interés y la sociedad, mediante el presente Código de Ética y de Buenas Prácticas se establecen unos principios que se enmarcan en la responsabilidad social empresarial que es connatural a la globalización de los negocios y a los servicios que son objeto del presente instrumento. Por lo tanto, estos principios deberán comprenderse de manera coherente y ser aplicados tanto individual como colectivamente para obtener resultados tangibles respecto de los competidores, los clientes y los trabajadores, entre otros<sup>IV</sup>.

### **Respeto a los Derechos Humanos**

En la prestación de sus servicios y en su gestión administrativa, las Empresas Asociadas actuarán con respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos, a las mejores prácticas de inclusión y diversidad y garantizarán que no existan discriminaciones de ningún tipo de manera que su proceder sea socialmente responsable y profesional. Para tal efecto, las Empresas Asociadas deberán identificar, prevenir, mitigar y solucionar los riesgos asociados a los derechos humanos en sus respectivas organizaciones.

Este principio rige bajo la premisa de la observancia de instrumentos internacionales como son: la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales

y, los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

### **Comunicación Responsable**

Toda comunicación sobre productos o servicios que se dirija a los consumidores deberá respetar los derechos fundamentales de las personas, así como las instituciones y autoridades legítimamente constituidas y los símbolos nacionales.

Las campañas de mercadeo deberán respetar el derecho a la equidad y diversidad y, como consecuencia, no podrán tolerar o estimular discriminaciones en razón de la raza, género, religión, origen, nacionalidad, condición social o cultural, identidad sexual, opiniones políticas o creencias religiosas, entre otros aspectos.

Las campañas deberán cumplir con la responsabilidad social que les corresponde. Las campañas de mercadeo no podrán enaltecer, inducir, estimular o favorecer actividades criminales, delictivas o ilegales, ni utilizar el miedo, el temor, la violencia con fines comerciales, ni atentar contra los derechos fundamentales y los valores.

### **Transparencia y Honestidad**

La veracidad de la información por parte de las Empresas Asociadas promueve la transparencia y genera confianza frente a las autoridades, consumidores y terceros en general.

En este sentido, las Empresas Asociadas actuarán con honestidad ante los Grupos de Interés, evitando en todo momento generar confusión en los hechos y condiciones de la operación o inducir a error mediante el ocultamiento o tergiversación de información relevante para la toma de decisiones.

Conscientes, además, de que una comunicación transparente con los Grupos

de Interés dinamiza la confianza en el sector, las Empresas Asociadas prestarán especial atención en salvaguardar la confianza del público mediante la adopción y promoción de prácticas que sean claras y veraces.

### **Principio de Conformidad con el Ordenamiento Jurídico Vigente**

Las Empresas Asociadas se comprometen a cumplir y hacer cumplir al interior de sus organizaciones el ordenamiento jurídico nacional e internacional vigente relacionado con su actividad.

### **Principio de respeto a la competencia**

Con el fin de evitar distorsiones en el mercado y garantizar el derecho a la libre elección de sus clientes, las Empresas Asociadas se comprometen a desarrollar sus relaciones con integridad y se abstendrán de incurrir en actos de competencia desleal, prácticas restrictivas de la competencia, acuerdos competitivos, inducir a error y/o a abusar de su posición de dominio en el mercado, de tenerla, en el respectivo mercado relevante.

Las Empresas Asociadas deberán identificar los riesgos que en materia de competencia están asociados a su operación y de esta manera emprender los controles pertinentes para mitigar dichos riesgos, los métodos de evaluación para establecer el progreso de las medidas implementadas y mantenerlas de llegar a ser exitosas.

Las Empresas Asociadas se comprometen a que en el desarrollo de sus actividades no se interfiera por vía de acción u omisión, de manera explícita o implícita en el correcto funcionamiento de las operaciones de sus competidores.

### **Principio de Protección de datos personales**

Las Empresas Asociadas se comprometen a cumplir con las normas sobre tratamiento

de datos personales que les sean aplicables. El tratamiento de los datos personales se hará para fines lícitos acordes con el desarrollo de sus actividades y de conformidad con las finalidades definidas e informadas previamente al titular de los datos.

### **Principio de Protección de los derechos de los consumidores**

En el desarrollo de las actividades que impliquen contacto con consumidores de productos y servicios, las Empresas Asociadas se comprometen a respetar los derechos de los consumidores de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.

### **Principio de Responsabilidad**

Las Empresas Asociadas a BPrO asumen la responsabilidad de garantizar la correcta prestación de los servicios que ofrecen a terceros.

Para este propósito, se comprometen a cumplir con las disposiciones establecidas en este Código de Ética y Buenas Prácticas, a poner a disposición de BPrO la información que se requiera para su monitoreo o evaluación y a socializar al interior de sus organizaciones este instrumento de carácter vinculante para garantizar su cumplimiento.

### **Principio de buena fe**

Las Empresas Asociadas actuarán de manera recta y con honradez en todas sus relaciones, sean o no jurídicas así como en la celebración, interpretación y ejecución de los negocios que adelanten.

### **Principio de Justicia**

Las Empresas Asociadas, se comprometen, en todas sus acciones y decisiones, a observar la equidad social y la no discriminación por razón alguna.

# Capítulo primero: CON SUS COMPETIDORES

Las Empresas Asociadas juegan un papel crucial en la determinación de la forma en que se mueve la industria y, por lo mismo, deberán promover altos estándares de servicio y buenas prácticas empresariales, entre las que se encuentran el respeto por las normas de protección de la leal y libre competencia<sup>v</sup>

Las Empresas Asociadas, están obligadas a desarrollar sus actividades dentro del marco del régimen de protección de la competencia, el cual prohíbe, entre otros, la competencia desleal, los acuerdos y actos contrarios a la libre competencia y el abuso de la posición dominante.

## Promoción de la Leal y Libre Competencia

**Artículo 1:** Los directivos de las Empresas Asociadas deberán hacer claro y visible su compromiso con el respeto de la integridad corporativa de sus competidores con el fin de propiciar un entorno confiable en el que todos los trabajadores sean conscientes del respeto a la libre competencia, a la lealtad y a la buena fe comercial.

Las Empresas Asociadas, están obligadas a desarrollar sus actividades dentro del marco del régimen de protección de la competencia, el cual prohíbe, entre otros, la competencia desleal, los acuerdos y actos contrarios a la libre competencia y el abuso de la posición dominante.

## Lealtad con el Competidor

**Artículo 2:** Se prohíbe toda conducta que tenga por objeto o como efecto crear confusión acerca de las otras Empresas Asociadas.

**Artículo 3:** Se prohíbe cualquier acto que induzca o tenga el potencial de inducir a error acerca de los servicios ofrecidos por las Empresas Asociadas, su relacionamiento con los clientes, consumidores y competidores, así como sobre sus condiciones laborales.

Así, se prohíbe la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a los clientes, los trabajadores, los candidatos a empleos, la opinión pública y los consumidores.

Esta prohibición contempla las afirmaciones que se llegaren a realizar respecto de las condiciones laborales de un competidor o de la implementación o cumplimiento de la normatividad vigente.



**Artículo 4:** Se prohíbe la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que tenga por objeto o como efecto desacreditar los servicios ofrecidos, sus condiciones laborales, su relacionamiento con los Grupos de Interés, a no ser que sean exactas, verdaderas, pertinentes y comprobables.

**Artículo 5:** Se prohíbe cualquier acto de comparación de los servicios, las operaciones, las condiciones de trabajo del personal, el relacionamiento con los clientes, consumidores y competidores cuando dicha comparación utilice indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, u omita las verdaderas. Así mismo, se considera desleal toda comparación que se refiera a extremos que no sean análogos y/o a aspectos que no sean comprobables.

**Artículo 6:** Se prohíben la imitación exacta y minuciosa de los servicios, las operaciones y las estrategias, así como del relacionamiento con los clientes, consumidores y competidores de una empresa asociada cuando genere confusión acerca de la procedencia empresarial o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación ajena.

También se prohíbe la imitación sistemática cuando dicha estrategia se halle encaminada a impedir u obstaculice su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según las circunstancias, pueda reputarse como una respuesta natural del mercado.

**Artículo 7:** Se prohíbe la divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquier otra clase de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente pero con deber de reserva, o ilegítimamente.

Se considerará desleal, la adquisición de secretos por medio de espionaje o

procedimientos análogos, sin perjuicio de las sanciones que otras normas establezcan.

**Artículo 8:** Para efectos del reclutamiento de trabajadores, la publicación de vacantes y las ofertas de empleo de las Empresas Asociadas, que se comuniquen a través de cualquier medio tradicional y/o digital, deberán cumplir con lo dispuesto en los artículos 31 y 32 del presente Código. En adición a lo anterior, las Empresas Asociadas se comprometen a no abordar de forma directa a los trabajadores de otras Empresas Asociadas, para comunicarles sus ofertas de empleo o la existencia de vacantes, en sus lugares de trabajo o a las afueras de estos.

## Prohibición de Cláusulas de Exclusividad

**Artículo 9:** Se prohíbe pactar cláusulas de exclusividad en los contratos comerciales, cuando dichas cláusulas tengan por objeto o como efecto, restringir el acceso de los competidores al mercado, o monopolizar la distribución de servicios que prestan las Empresas Asociadas.



## Prohibición de Acuerdos Restrictivos de la Competencia

**Artículo 10:** Se prohíben los acuerdos entre dos o más Empresas Asociadas que anulen, restrinjan o distorsionen la competencia.

Algunos acuerdos que de conformidad con la legislación colombiana se consideran anticompetitivos son los siguientes:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios.
2. Los que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la repartición de mercados.
4. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación de cuotas de suministro.
5. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento.
6. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la limitación a los desarrollos técnicos.
7. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar la prestación de servicios a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones.
8. Los que tengan por objeto o tengan como efecto abstenerse de prestar un servicio o afectar sus niveles de producción.
9. Los que tengan por objeto la colusión en las licitaciones o concursos o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos o fijación de términos de las propuestas.
10. Los que tengan por objeto o tengan como efecto impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.



## Prohibición del Abuso de Posición Dominante

**Artículo 11:** Se prohíbe toda conducta abusiva por parte de las Empresas Asociadas que ejerzan la posición dominante en el mercado. Constituyen abuso de posición dominante las siguientes conductas:

1. La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de éstos.
2. La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un cliente en situación desventajosa frente a otro cliente de condiciones análogas.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar la prestación de un servicio a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido por otras disposiciones.
4. La prestación de servicios en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro cliente cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado.
5. Vender o prestar servicios en alguna parte del territorio colombiano a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción.
6. Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

## Prohibición en la Injerencia de Precios

**Artículo 12:** Se prohíbe influenciar a una empresa para que incremente los precios de sus servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios.

**Artículo 13:** Las Empresas Asociadas no podrán discriminar o dar un trato diferente a otra empresa como una respuesta adversa a la política de precios que esta última haya implementado.

## Designación de un Responsable del Cumplimiento de la Normatividad Vigente

**Artículo 14:** Las Empresas Asociadas deberán promover una cultura sostenible de cumplimiento y asignarán para tal efecto un área o persona responsable. Las directrices sobre competencia acorde a la ley podrán estar asociadas a las políticas corporativas anticorrupción, antifraude y de prevención al lavado de activos y ser objeto de seguimiento y evaluación en los programas de cumplimiento.

## Educación Continua sobre Protección de la Competencia

**Artículo 15:** Las Empresas Asociadas, en caso de ser aplicable, incluirán dentro de sus programas de entrenamiento, información sobre los riesgos inherentes a su actividad en materia de competencia para prevenir actos desleales, prácticas restrictivas de la competencia, acuerdos de precios y abusos de posición dominante.

De igual forma se distribuirá el material orientativo procedente que permita afianzar los conocimientos acerca de las prácticas prohibidas y establezca las previsiones que se deberán tomar en caso de ser abordados por un competidor que pretenda indagar acerca del funcionamiento de la empresa.

## Contacto entre Competidores

**Artículo 16:** Los trabajadores de las Empresas Asociadas se abstendrán de brindar o comunicar cualquier tipo de información a los competidores acerca de la operación de sus respectivas organizaciones, obligación que deberá estar establecida en los respectivos contratos de trabajo.

Para los escenarios gremiales de encuentro y diálogo de la industria se designarán personas que conozcan de manera previa y rigurosa qué información se puede compartir en dichos espacios.

De llegar a ser abordados por un competidor u observar alguna conducta que pudiera afectar la libre y leal competencia, los trabajadores deberán poner en conocimiento de su empresa de forma inmediata el respectivo incidente.

## Debida Diligencia en la Contratación

**Artículo 17:** Con el fin de promover una cultura corporativa que incentive una conducta ética y el compromiso con los programas de cumplimiento de las Empresas Asociadas, se deberán realizar los procesos de contratación de nuevos trabajadores con la debida diligencia que garantice que no se adelantarán actividades que representen un riesgo en materia de competencia.

## Divulgación de Información

**Artículo 18:** Los responsables de cumplimiento de las Empresas Asociadas también deberán guardar especial cuidado con el tipo de información que pueda estar en posesión de los trabajadores y, por lo tanto es imperativo orientarlos de manera oportuna, clara y sencilla acerca de este aspecto.

**Artículo 19:** No se debe compartir o divulgar por parte de los trabajadores de las Empresas Asociadas con personas ajenas a la organización, información relacionada con:

1. Los clientes que han contratado los servicios de las Empresas Asociadas con su respectiva organización.
2. Las condiciones laborales de la empresa donde trabajan o prestan sus servicios y cualquier tipo de beneficio entregado directamente por la empresa o por parte de los clientes de la misma.
3. Las negociaciones comerciales en curso.
4. Las propuestas de servicios remitidas a potenciales clientes.

5. Las estrategias de mercadeo.
6. La estructura de costos de los servicios prestados por su organización.
7. Cualquiera de los procesos de la organización.
8. Información de los procesos de tratamiento de datos personales y de seguridad en el manejo de la información confidencial.
9. Bases de datos de cualquier índole.
10. Datos personales sin autorización expresa, previa y por escrito del titular.
11. En general información que sea considerada como información confidencial o privilegiada.



## Correctivos ante Incidentes de Incumplimiento Legal

**Artículo 20:** Las áreas responsables dentro de las empresas deberán establecer un mecanismo para recibir y registrar los incidentes, preguntas o denuncias asociadas a cualquier incumplimiento de la ley. Este mecanismo puede ser por vía electrónica, virtual, telefónica o física de manera que se garantice su pronta respuesta o trámite.

Dentro de este mecanismo se debe contemplar una vía que permita reportar de manera confidencial, anónima y sin retaliación cualquier sospecha de conductas que vulneren la integridad corporativa en materia de competencia tanto de trabajadores como de terceros ajenos a la estructura empresarial.

**Artículo 21:** En consonancia con lo anterior, todas las Empresas Asociadas deberán propiciar unas condiciones seguras que generen confianza en los trabajadores y terceros para denunciar las conductas que atenten contra la normatividad vigente y, para ello, es necesario que se comuniquen de manera regular y eficiente los medios dispuestos por la compañía para este fin.

## Capítulo segundo: **CON CLIENTES**

### **Observación de la Legislación Comercial**

**Artículo 22:** Las contrataciones para la prestación de servicios de las Empresas Asociadas deberán ser conformes con la normatividad civil y comercial vigente que rija el respectivo contrato y, de ser aplicable, con los presupuestos de la contratación estatal.

En todo caso, independientemente del régimen contractual y tipo de contrato a emplear, se observarán siempre los principios de buena fe, lealtad, honradez, transparencia, corrección y no abuso del derecho, entre otros<sup>vi</sup>.

### **Confidencialidad**

**Artículo 23:** Las relaciones comerciales con los Clientes deberán desarrollarse garantizando de manera absoluta la confidencialidad y la protección de los datos personales a los cuales se les haga tratamiento, para lo cual, las Empresas Asociadas deberán implementar y desarrollar las políticas corporativas y planes necesarios para garantizar el deber de confidencialidad.

### **Sostenibilidad**

**Artículo 24:** Los contratos con los clientes deberán contener disposiciones que den cuenta del compromiso de las Empresas Asociadas con las conductas empresarialmente responsables en materia social, laboral, ambiental, de competencia, de protección de los datos personales, de protección al consumidor y de gobierno corporativo.

### **Asistencia**

**Artículo 25:** Las Empresas Asociadas deberán proporcionar orientación a sus clientes sobre los servicios que sean objeto de los contratos y de sus respectivos servicios o productos conexos.

### **Obsequios y otras Hospitalidades**

**Artículo 26<sup>viii</sup>:** El ofrecimiento de obsequios, servicios u otras hospitalidades se llevará a cabo de conformidad con las políticas establecidas en cada una de las Empresas Asociadas, las cuales se sujetarán a la normatividad aplicable.

## Optimización del Servicio al Cliente

**Artículo 27:** Las Empresas Asociadas deberán hacer del servicio al cliente una prioridad, de manera que cuando los Clientes presenten dificultades o preguntas frente a la relación comercial tengan acceso rápido a un interlocutor para su respectiva resolución.

**Artículo 28:** Las Empresas Asociadas brindarán, de manera permanente, orientación a los trabajadores que tienen relación directa con los Clientes acerca de la ética empresarial con el fin de evitar conflictos de interés, fugas indebidas de información o prácticas que afecten la libre y leal competencia, entre otros.



## Capítulo tercero: CON SUS TRABAJADORES

### Valores

**Artículo 29:** Las Empresas Asociadas se comprometen a desarrollar las relaciones con sus trabajadores con observancia a la dignidad humana, los derechos humanos, la legislación laboral y migratoria nacional vigente y los tratados internacionales que en materia laboral se han expedido, con el fin de garantizar el bienestar, la salud física y mental y la formación continua de sus trabajadores para optimizar sus habilidades profesionales.

### Entorno Laboral

**Artículo 30:** Las Empresas Asociadas se comprometen a propiciar un entorno confiable, respetuoso, seguro, saludable y tolerante, que promueva la diversidad, la inclusión, la no discriminación y la equidad de género, y que permita transmitir a la experiencia de los clientes y consumidores el valor agregado del servicio.

Así mismo, se propiciarán espacios de diálogo y retroalimentación que permitan a los trabajadores exponer a las Empresas Asociadas las dificultades que pudieran presentar en su labor para fortalecer la confianza, la relación empleador-trabajador y generar un impacto positivo en el ambiente laboral.

## Reclutamiento

**Artículo 31:** Con el fin de atraer y conservar al mejor talento humano el proceso de reclutamiento debe ser justo, abierto y honesto acerca de la oferta inicialmente publicada la cual debe coincidir con las condiciones reales del trabajo, ser veraz respecto del tipo de contrato, la modalidad y condiciones de trabajo, los horarios, el salario, todo tipo de beneficios y pagos extrasalariales y la duración del contrato.

La publicidad que se emita para efectos de reclutar personal debe ser leal, veraz, comprobable y coincidir con las condiciones reales del trabajo a desempeñar. Se prohíbe la publicidad que realice comparaciones falsas sobre las condiciones laborales de los competidores, que los descredite o que induzca a error sobre su trato con los trabajadores, salarios, horarios y los demás aspectos relevantes en una relación de trabajo.

**Artículo 32:** En el proceso de reclutamiento, las Empresas Asociadas podrían fortalecer el perfil de los candidatos a seleccionar de manera que se analicen aspectos como su adaptabilidad cultural a su organización y habilidades específicas para el trabajo a ocupar, con el objetivo de mitigar la movilización del talento humano a otro competidor.

Las Empresas Asociadas deberán ser claras en la descripción de la vacante y las expectativas que se esperan del trabajador en esa posición, ya que con esta información el candidato puede tomar una decisión fundamentada y libre sobre su vinculación.

## Formación o Entrenamiento

**Artículo 33:** Una vez se ha reclutado al personal, es imprescindible que se imparta un programa de entrenamiento o formación estructurado que sea coherente no sólo con la función a desarrollar en la organización sino también con el perfil de los nuevos trabajadores de manera que le sea brindado una perspectiva del rol a desempeñar de acuerdo a sus capacidades.

Para proteger la integridad de los trabajadores, se incluirá en los programas de seguridad y salud en el trabajo, herramientas de salud mental para afrontar los desafíos humanos que puede implicar su función, en particular, para quienes atienden público o consumidores constantemente. Esta ayuda debería ser persistente durante el desarrollo de la relación laboral.

El nivel de entrenamiento que se necesite impartir dependerá de la cantidad de información pertinente sobre el producto o servicio respecto del cual desempeñarán sus funciones.

Lo esencial es empoderar a los trabajadores para responder o atender cualquier inquietud, petición, queja o reclamo lo cual además fortalecerá la reputación del sector ante la opinión pública.

## Formación Continua

**Artículo 34:** Las Empresas Asociadas se comprometen a desarrollar continuamente programas de capacitación y fortalecimiento de competencias, con el fin de brindar herramientas pertinentes a sus trabajadores que les permitan afrontar los desafíos y las nuevas circunstancias que plantea un sector en constante evolución, lo cual además, contribuirá a generar un sentido de lealtad y pertenencia a la organización.



Los programas de educación en idiomas deberán ser privilegiados para robustecer la competitividad del sector. Para este propósito dentro del esquema de incentivos se podrán prever auxilios educativos para este fin o realizar alianzas con entidades educativas para otorgar ese beneficio a los trabajadores.

En el marco de los programas de formación continua se brindarán capacitaciones o sensibilizaciones sobre la inclusión laboral de personas con discapacidad, la prevención del acoso sexual, del acoso laboral y de cualquier tipo de discriminación por identidad de género, orientación sexual, políticas o religiosas.

## Contratación

**Artículo 35:** Los contratos de trabajo deberán ser revisados con periodicidad para medir el desempeño del trabajador como parte del esquema de estímulos e incentivos y, para determinar si su labor refleja los objetivos de las Empresas Asociadas

## Condiciones del Espacio de Trabajo

**Artículo 36:** Los trabajadores prestarán sus servicios en un espacio físico de trabajo iluminado, amplio, seguro y aireado que les permita desarrollar en condiciones dignas y confortables su labor.

## Trabajo a distancia

**Artículo 37:** De no llegar a ser requerida la presencia física del trabajador en sitio específico de trabajo, se observarán las directrices que sobre el teletrabajo, trabajo en casa y trabajo remoto ha trazado el ordenamiento jurídico nacional<sup>viii</sup>.

## Respeto a la Asociación Sindical

**Artículo 38:** En consonancia con la Constitución Política y la legislación laboral nacional vigente, los trabajadores a distancia y trabajadores podrán hacer parte de sindicatos o asociaciones, por lo que las Empresas Asociadas garantizarán las condiciones para el libre ejercicio del derecho de asociación sindical.

## Remuneración

**Artículo 39:** Las Empresas Asociadas se comprometen a remunerar de manera justa y proporcional a sus trabajadores con el fin de incentivar el mejor desempeño y lealtad a sus organizaciones.

## Crecimiento profesional

**Artículo 40:** Las Empresas Asociadas se comprometen a establecer un esquema de crecimiento profesional en sus organizaciones con el fin de incentivar el sentido de pertenencia y lealtad, de generar una cultura de responsabilidad, disciplina y perseverancia en los trabajadores.

Para este fin se podrán establecer objetivos a alcanzar de manera que se generen oportunidades de crecimiento profesional, tales como ascensos, promociones, traslados a un área más exigente al interior de la organización, lo que de manera concomitante generará impactos positivos en los trabajadores que propenderán por capacitarse más para desempeñar de mejor manera su labor.

## Inclusión Laboral de Personas con Condición Funcional Limitada, Equidad de Género, Población Vulnerable<sup>IX</sup>

**Artículo 41:** Las Empresas Asociadas se comprometen a incrementar la contratación de personas con condición funcional limitada, equidad de género, población vulnerable.

**Artículo 42:** Las Empresas Asociadas dispondrán de instalaciones y servicios que propicien el desarrollo en condiciones dignas de las funciones laborales que le sean asignadas a las personas con condición funcional limitada, equidad de género, población vulnerable.

**Artículo 43:** El proceso de selección y contratación de personas con condición funcional limitada, equidad de género, población vulnerable debe ser transparente y libre de sesgos.

Al poner avisos de prensa o publicar la disponibilidad del cargo, la empresa debe manifestar que tiene una política de inclusión y no discriminación.

**Artículo 44:** La oferta laboral debe ser honesta y consecuente con las condiciones reales del trabajo a desempeñar, para ello se debe incluir en la publicidad o anuncios una descripción detallada de las responsabilidades y actividades que realizará la persona a contratar.

## Prevención del Acoso Sexual

**Artículo 45:** Las Empresas Asociadas se comprometen a implementar un protocolo contra el acoso sexual que sirva como herramienta ante la presencia o sospecha de presencia de conductas constitutivas de acoso sexual que involucren a sus trabajadores<sup>X</sup>.

## Prevención del Acoso Laboral

**Artículo 46:** Las Empresas Asociadas se comprometen a no ejercer, tolerar o apoyar actos constitutivos de acoso laboral<sup>XI</sup>, de acuerdo a la legislación laboral vigente.

**Artículo 47:** Las Empresas Asociadas se comprometen a que la imposición de metas u objetivos a lograr en la organización no propicien un entorno que promueva el estrés laboral, prácticas abusivas, discriminatorias o agresivas contra la integridad física o emocional de los trabajadores.

**Artículo 48:** De llegar a presentarse denuncias de acoso laboral, las Empresas Asociadas deberán activar los procedimientos establecidos por el respectivo Comité de Convivencia Laboral, los cuales deberán incluir medidas de protección y prevención a la víctima.

Así mismo, las Empresas Asociadas se comprometen a tomar las acciones disciplinarias establecidas en sus reglamentos internos de trabajo contra el presunto agresor respetando sus derechos fundamentales al debido proceso, a la defensa y a la contradicción.

**Artículo 49:** Con el fin de mitigar la materialización de los escenarios de riesgo de acoso laboral, las Empresas Asociadas se comprometen a brindar espacios de diálogo y sensibilización al interior de la organización sobre el tema, en los cuales se estimule a los trabajadores a denunciar y a las personas que ejercen un cargo de manejo de personal las herramientas emocionales y prácticas adecuadas para evitar incurrir en cualquier acto de acoso laboral.

**Artículo 50:** Las Empresas Asociadas propiciarán entornos y mecanismos confiables y seguros para que sus trabajadores denuncien las conductas constitutivas de acoso laboral de las cuales hayan podido ser víctimas al interior de sus organizaciones.

## Vacaciones

**Artículo 51:** Las Empresas Asociadas deberán brindar tiempos de descanso a los trabajadores para tomar vacaciones de conformidad con la legislación laboral vigente, lo cual implica que el trámite de las mismas no sea sometido a cargas, trámites excesivos o tiempos prolongados de respuesta.

## Receso

**Artículo 52:** Las Empresas Asociadas darán lugar a que se tomen recesos o descansos durante la jornada laboral con el fin de garantizar y promover la salud física y mental de los trabajadores.

## Promoción del empleo juvenil

**Artículo 53:** Las Empresas Asociadas se comprometen a estimular el empleo formal, digno, productivo y de calidad que proteja los derechos de los trabajadores jóvenes, al tiempo que garantice el suministro de talento humano capacitado para atender las necesidades de competitividad y productividad del sector.

Para fortalecer este propósito, las Empresas Asociadas promoverán al interior de sus organizaciones valores en sus trabajadores como la disciplina, la honradez, la rectitud, el profesionalismo y la lealtad por medio de sus propias prácticas empresariales y relaciones con los diferentes actores que componen la cadena de valor de sus servicios.



## Capítulo cuarto:

# CON LOS CONSUMIDORES

### Calidad y Seguridad

**Artículo 54:** Las Empresas Asociadas se comprometen a garantizar la calidad y la seguridad en las interacciones con los consumidores, por lo cual propenderán siempre por la protección de sus datos personales, de sus derechos como consumidores, de su privacidad mediante el uso de prácticas honestas, justas y en consideración a sus necesidades con la premisa de optimizar su experiencia.

### Protección de Datos Personales

**Artículo 55:** Las Empresas Asociadas recopilarán datos sensibles únicamente en caso de que sean objeto de su servicio y se hayan reglamentado previamente por un contrato en los términos señalados a conveniencia de ambas partes.

Tanto los datos personales como sensibles serán adquiridos, compilados, resguardados, procesados y transmitidos bajo medidas de seguridad estrictas acordes con el desempeño de sus funciones y en la medida en que dicha acción sea justificable para la obtención del objeto de sus actividades.

**Artículo 56:** Las Empresas Asociadas recolectarán datos personales únicamente para fines lícitos acordes con el desempeño de sus funciones y en la medida que sea justificable para la obtención de los objetivos relacionados con sus actividades.

Para realizar un manejo de la información, distinto a los fines para los cuales fue obtenida, deberá contarse con la autorización expresa del titular de la información.

**Artículo 57:** Cuando las Empresas Asociadas reciban las bases de datos de sus clientes estos últimos deberán garantizar contractualmente que cuentan con las respectivas autorizaciones para hacer el tratamiento directamente o través de un encargado.

### Condiciones de la Relación Comercial con el Consumidor

**Artículo 58:** Las Empresas Asociadas propenderán por preparar a los trabajadores encargados de interactuar directamente con los consumidores en la atención de manera cortés, respetuosa y empática para incrementar los indicadores de satisfacción.

Resulta esencial, que se entrene a los trabajadores en identificar una PQR en el desarrollo de una conversación mientras se ofrece un producto o servicio, para que se brinde solución y no se enfoque la comunicación solamente en el propósito comercial<sup>XII</sup>.

# Capítulo quinto: RESPONSABILIDAD

## Calidad y Seguridad

**Artículo 59:** Las Empresas Asociadas deberán actuar de manera decente, justa y razonable cumpliendo en todo momento con sus obligaciones contractuales y legales con clientes, ante trabajadores y consumidores y, con especial atención de no hacer nada que perjudique la imagen pública del sector.

**Artículo 60:** Las Empresas Asociadas deberán aceptar que en el contexto de este Código de Ética y Buenas Prácticas son responsables por cualquier acción u omisión contraria a las disposiciones aquí trazadas a nombre de sus trabajadores, clientes, proveedores y de los agentes que intervengan en la cadena de valor de los servicios.

**Artículo 61:** Las Empresas Asociadas deberán informar acerca del cumplimiento de este Código a sus clientes, proveedores o terceros a nombre de los cuales desempeñen sus funciones.

En el caso de subcontratar algún servicio, las Empresas Asociadas garantizarán que el contratista cumpla con el Código respecto de la labor o actividad subcontratada y, debe aceptar la responsabilidad por las consecuencias del incumplimiento del contratista.

**Artículo 62:** Las Empresas Asociadas deberán tener los registros adecuados que permitan demostrar el cumplimiento del Código y brindar la información que sea requerida por el Tercero Independiente o la Asociación Colombiana de BPO para su monitoreo y evaluación.

**Artículo 63:** Las Empresas Asociadas deberán aceptar la competencia del Tercero Independiente o la Asociación para investigar y sancionar las posibles infracciones a este Código, por lo que prestarán su cooperación en el desarrollo de las investigaciones a las que haya lugar y cumplirán con las conclusiones a las que se llegue al final de las mismas.

Las Empresas Asociadas acatarán cualquier conclusión a la que llegue el Tercero Independiente o la Asociación, incluso las sanciones que se impongan como resultado de las investigaciones realizadas en el marco del debido proceso.



## Capítulo sexto:

# MONITOREO

**Artículo 64:** Con el fin de garantizar la integridad y cumplimiento del presente Código de Ética y Buenas Prácticas, BPrO encargará el monitoreo de los compromisos asumidos por las Empresas Asociadas al Tercero Independiente.

### Objetivos del monitoreo

**Artículo 65:** Para efectos de garantizar el cumplimiento de este Código de Ética y Buenas Prácticas, los objetivos del monitoreo serán los siguientes:

1. Detectar las violaciones que se presenten a las disposiciones de este Código.
2. Documentar y reportar a la Asociación las infracciones.
3. Identificar temas sensibles al interior de las organizaciones que requieran mayor implementación del Código.

### Frecuencia de la Evaluación

**Artículo 66:** El monitoreo de cumplimiento del presente Código, se deberá realizar una vez al año.

### Publicación de Resultados

**Artículo 67:** Una vez finalizado el monitoreo, se entregará a BPrO el informe de los resultados para su análisis, los cuales estarán a disposición exclusiva de las Empresas Asociadas y se sujetarán a la obligación de confidencialidad.



## Capítulo séptimo:

# RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

**Artículo 68:** El control del cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Código corresponde al Jurado de Autocontrol Colombia, que se regirá por el siguiente procedimiento, y en lo no dispuesto aquí, por su Reglamento.

### Disposiciones Generales

**Artículo 69:** El procedimiento de resolución de controversias estará sujeto a las siguientes disposiciones generales:

1. Las empresas sujetas a las disposiciones de este Código, sin perjuicio del requerimiento que puedan remitir de manera directa a la empresa presuntamente infractora, se comprometen a plantear ante Autocontrol Colombia sus eventuales reclamaciones contra las actividades comerciales de otras Empresas Asociadas sujetas a las disposiciones de este Código por presuntas infracciones al mismo, en primera instancia y con carácter previo a cualquier tipo de acción ante autoridades administrativas o judiciales.
2. Las Empresas Asociadas se comprometen a acatar y cumplir bien sea el contenido de los acuerdos alcanzados en la etapa de arreglo directo que se surta, o las decisiones del Jurado de Autocontrol Colombia.
3. Solamente las empresas adheridas a este Código, podrán plantear ante Autocontrol Colombia reclamaciones por la presunta infracción de sus normas.
4. Para la efectiva aplicación del presente Código, el Jurado de Autocontrol Colombia resolverá las reclamaciones presentadas contra una Empresa Asociada por la presunta infracción del Código a la luz de las normas éticas en él contenidas, dilucidando, en cada caso, si se ha producido o no una vulneración de dichas normas y su gravedad, una vez se han rendido los respectivos descargos por el presunto infractor.
5. El Jurado de Autocontrol Colombia se compromete a desarrollar las investigaciones de conformidad con las garantías constitucionales al debido proceso. La investigación se realizará bajo confidencialidad.
6. Tanto el denunciante como el denunciado se comprometen a preservar la confidencialidad de la reclamación y su decisión, evitando difundir cualquier información sobre la misma.

## Infracciones y Sanciones

**Artículo 70:** Las infracciones se calificarán como leves, graves y muy graves atendiendo a los siguientes criterios:

1. Magnitud de la infracción y, en particular, su posible daño a la reputación del sector.
2. La conducta es lesiva de la legislación vigente.
3. Se infringen los derechos de los consumidores.
4. La conducta es constitutiva de actos de competencia desleal, prácticas restrictivas a la competencia, acuerdos anticompetitivos o abuso de posición dominante.

Una vez calificada la infracción como leve, grave o muy grave en función de los anteriores criterios, podrán concurrir circunstancias agravantes que serán tenidas en cuenta a la hora de imponer la sanción, como lo son:

1. Grado de intencionalidad.
2. Incumplimiento de las advertencias previas.
3. Reincidencia.
4. Concurrencia de varias infracciones en la misma práctica.
5. Beneficio económico derivado de la infracción.
6. La persistencia en la conducta infractora.
7. La falta de disposición a colaborar en el desarrollo de la investigación.
8. La utilización de medios fraudulentos en la conducta infractora o en su encubrimiento.

**Artículo 71:** De establecerse el incumplimiento a las disposiciones de este Código se impondrán sanciones de la siguiente naturaleza a la empresa infractora:

1. Amonestación o llamado de atención por memorando proferido por la Asociación.
2. Prohibición temporal de formar parte de los espacios de diálogo y formación de la Asociación.
3. Sanciones económicas: atendiendo a los criterios señalados anteriormente, el Jurado de Autocontrol Colombia podrá determinar la imposición de las siguientes sanciones pecuniarias:
  1. De diez (10) a veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes, para las infracciones leves.
  2. De veintiuno (21) a cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes, para las infracciones graves.
  3. De cincuenta y un (51) a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes, para las infracciones muy graves.
4. Sin perjuicio de las sanciones pecuniarias que pueda imponer el Jurado de Autocontrol Colombia, al determinar la infracción a las normas establecidas en el presente Código, podrá, además, instar al reclamado la cesación definitiva de la misma o su modificación o rectificación. Para el efecto, el Jurado deberá fijar un plazo razonable para su cumplimiento, de acuerdo con el tipo de actividad de que se trate y con la infracción que haya sido acreditada en este procedimiento.
5. En los supuestos de reincidencia, o cuando se incumpla el acuerdo logrado en la etapa de arreglo directo o se incumpla una decisión emitida por el Jurado de Autocontrol Colombia, expulsión de la Asociación.



**Artículo 72:** Una vez emitida la decisión del Jurado de Autocontrol Colombia, se dará traslado de la misma a las partes en conflicto, así como a la Asociación para su debida ejecución y, en su caso, recaudación de las sanciones pecuniarias impuestas por el Jurado.

**Artículo 73:** La Asociación fijará los criterios para la destinación de las sumas recaudadas por concepto de sanciones pecuniarias impuestas por el Jurado de Autocontrol Colombia.



**I** ¿POR QUÉ INVERTIR EN EL SECTOR DE TERCERIZACIÓN DE SERVICIOS - BPO EN COLOMBIA? <https://investincolombia.com.co/es/sectores/tecnologia-de-la-informacion-e-industrias-creativas/outsourcing-de-servicios-bpo#:~:text=La%20industria%20BPO%20en%20Colombia,Hidrocarburos%2C%20Log%3%ADstica%2C%20entre%20otros.>

**II** Ley 256 de 1996 Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0256\\_1996.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html)

**III** GUÍA PARA EL PROCESO DE INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59111836/GUIA+PARA+EL+PROCESO+DE+INCLUSION+LABORAL+DE+PCD.pdf/1d8631c0-58d5-8626-69cb-780b169fcdf7?version=1.0> pag 10

**IV** PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS [https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr\\_sp.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_sp.pdf)

**V** WHY COMPLYING WITH COMPETITION LAW IS GOOD FOR YOUR BUSINESS. ICC SME TOOLKIT <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2017/01/ICC-SME-Toolkit-english-Why-complying-with-competition-law-is-good-for-business.pdf> THE ICC ANTITRUST COMPLIANCE TOOLKIT <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2013/04/ICC-Antitrust-Compliance-Toolkit-ENGLISH.pdf>

**VI** GUÍA DE LA OCDE DE DEBIDA DILIGENCIA PARA UNA CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE <https://mneguidelines.oecd.org/Guia-de-la-OCDE-de-debida-diligencia-para-una-conducta-empresarial-responsable.pdf>

**VII** The Ethics of Gifts & Hospitality <https://www.ibe.org.uk/resource/the-ethics-of-gifts-hospitality.html#:~:text=The%20acceptance%20of%20gifts%2C%20services,will%20be%20put%20at%20risk.>

**VIII** GUÍA DE TELETRABAJO <https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-8423.html>

**IX** GUÍA PARA EL PROCESO DE INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59111836/GUIA+PARA+EL+PROCESO+DE+INCLUSION+LABORAL+DE+PCD.pdf/1d8631c0-58d5-8626-69cb-780b169fcdf7?version=1.0>

**X** GUÍA BÁSICA PARA CONSTRUIR UN PROTOCOLO CONTRA EL ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS LABORALES [https://www.dejusticia.org/wp-content/uploads/2021/11/24Nov\\_Guia-para-construir-protocolo-antiacoso\\_web-pags.pdf](https://www.dejusticia.org/wp-content/uploads/2021/11/24Nov_Guia-para-construir-protocolo-antiacoso_web-pags.pdf)

**XI** Artículo 2 de la Ley 1010 de 2006 disponible en el PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN DEL ACOSO LABORAL Y DEL ACOSO SEXUAL LABORAL MEDIANTE LA DIVULGACIÓN DE LOS MECANISMOS Y PROCEDIMIENTOS DE DENUNCIA. [http://gaia.gobiernobogota.gov.co/system/files/documentos/generales/cartilla\\_acoso\\_laboral\\_2021\\_2.pdf](http://gaia.gobiernobogota.gov.co/system/files/documentos/generales/cartilla_acoso_laboral_2021_2.pdf)

**XII** DATA AND MARKETING ASSOCIATION – DMA - CODE <https://dma.org.uk/uploads/misc/dma-code-v7.pdf>

**Este Código será Regulado por:**



**y**



Más Información:  
**[eticayautocontrol@bpro.org](mailto:eticayautocontrol@bpro.org)**