

CÓDIGO ÉTICO

AERCE como miembro de la IFPSM (International Federation of Purchasing and Supply Management), difunde y defiende el Código ético de Compras, que se fundamenta en los siguientes preceptos:

- Los miembros no deben utilizar su autoridad o cargo para obtener provecho personal, y deben intentar mantener e incrementar el nivel profesional de Compras y Aprovisionamientos y de la Federación
 - Manteniendo un intachable nivel de integridad en todas sus relaciones comerciales, tanto dentro como fuera de las organizaciones en las que están empleados.
 - Promoviendo los más altos niveles de competencia profesional entre aquellos que son responsables de esta función.
 - Optimizando el uso de recursos, de los que son responsables, con el fin de proporcionar el beneficio máximo para sus empresas.
 - Aceptando la letra y espíritu de:
 - las leyes de los países en que trabajen.
 - los Principios y Normas de la Práctica de Compras de la Federación y cualquier otra guía de práctica profesional que esta pueda publicar.
 - Rechazando y denunciando cualquier práctica empresarial impropia de estos preceptos.

Al aplicar los preceptos del Código ético de Compras, los miembros de la Federación deben seguir las Directrices que a continuación se exponen:

- Declaración de interés. Cualquier interés personal que pueda influir en

cualquier aspecto importante de sus obligaciones o se preste a ser razonablemente juzgado por otros como dudoso de imparcialidad, debe ser declarado a la Empresa.

- Confidencialidad y precisión de la información. La confidencialidad de la información recibida durante el ejercicio del deber profesional debe ser respetada y no debe utilizarse para beneficio propio; a su vez, la información dada ha de ser justa y no proyectada con intención de engaño.
- Competencia. Al considerar las ventajas de una relación continuada con el proveedor, cualquier acuerdo que, a largo plazo, impida una gestión competitiva, debe ser evitado.
- Obsequios. Para preservar la imagen e integridad de los miembros y de las empresas, la práctica de los "obsequios de negocios" debe disuadirse. Los regalos que excedan de un pequeño e intrínseco valor simbólico no deben aceptarse.
- Hospitalidad. La hospitalidad moderada es una cortesía aceptada dentro de una buena relación comercial. Sin embargo, los agasajados no deben permitirse llegar a una posición donde se sientan -o puedan ser interpretados por otros- influenciados a tomar decisiones como consecuencia de haber aceptado dicha hospitalidad. La frecuencia y escala de la hospitalidad aceptada no debiera ser significativamente mayor que aquella que el receptor sería capaz de proporcionar a cambio. Cuando existan dudas de lo que es o no aceptable, la oferta debiera ser declinada, o tratada antes con el propio superior jerárquico.

AERCE en colaboración con otras Asociaciones Profesionales de Compras, miembros de la IFPSM, ha desarrollado el Decálogo del Comprador, que consta de los siguientes puntos:

1. Considerar, en primer lugar, el interés de tu empresa en todas las transacciones; participar de las políticas establecidas y obrar conforme a las mismas.
2. Ser receptivo para con los consejos competentes de tus colegas de profesión, pudiendo guiarte de su asistencia, sin perjuicio de la dignidad y responsabilidad de tu trabajo.
3. Comprar, sin perjuicio, intentando obtener el máximo rendimiento por cada euro desembolsado.
4. Trabajar de forma continuada en el conocimiento de los materiales, servicios y procesos de producción, estableciendo métodos prácticos para la gestión de las compras.
5. Actuar con honestidad y veracidad en las Compras y Ventas y denunciar cualquier forma o manifestación de soborno.
6. Atender con prontitud y cortesía a quienes se presenten con una legítima misión de negocios o asuntos relacionados con tu trabajo.
7. Respetar tus obligaciones y hacer respetar las de los demás para llegar a una buena práctica en los negocios.
8. Participar en programas de perfeccionamiento profesional que sirvan para el buen desarrollo y mejora de tu trabajo.
9. Cooperar con aquellas organizaciones o personas que trabajan en la proyección y consolidación del prestigio y valía de la Gestión de Compras y Aprovisionamientos.
10. Promover la aceptación de estos Principios Éticos y Decálogo del Comprador en tu empresa, con tus proveedores y en el ámbito general de los negocios.