



**Estado
de las prácticas
empresariales
contra el soborno:
primer estudio
latinoamericano**

• Gustavo A. Yepes-López
• Consuelo García de la Torre
• María Matilde Schwalb Helguero



Pacto Global
Red Colombia



**ESTADO DE LAS
PRACTICAS
EMPRESARIALES
CONTRA EL
SOBORNO:
primer estudio
latinoamericano**

AGENDA

1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
5. Conclusiones



Pacto Global
Red Colombia



AGENDA

1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
5. Conclusiones




Pacto Global
Red Colombia




Los costos asociados a la **corrupción** ascienden a unos **2,6 millones de millones (billones) de dólares al año**, más del **5% del PIB mundial**, generando sobrecostos de hasta un **10% en el cierre de negocios** y de un **25% en los costos de adquisición** (United Nations Global Compact, 2008).

Según European Free Alliance, el costo de la **corrupción** en la Unión Europea oscila entre los **202 mil millones y 1,072 millones de millones de dólares al año (entre el 1% y 5 % del PIB de la región)**, cifra que teniendo en cuenta los efectos indirectos de la corrupción, como la pérdida de ingresos fiscales y la disminución de la inversión extranjera, llegaría al menos a los **1,020 millones de millones de dólares al año** (Greens, 2018).

El **soborno** es una modalidad que contribuye, aproximadamente, **al 38% de la corrupción mundial** (United Nations Global Compact, 2008).



El Fondo Monetario Internacional estima que solo los montos asociados al **soborno** anualmente están entre **1.5 y 2 millones de millones (billones) de dólares**, lo que equivale al **2% PIB de todo el planeta** (International Monetary Fund. Fiscal Affairs Dept., 2016).



La OCDE advierte que, en los casos estudiados, el **soborno** llegó, en promedio, **al 10.9% del total de las transacciones** y al **34,5% de las utilidades**, casi 13,8 millones de dólares por soborno (OECD, 2015).



AGENDA

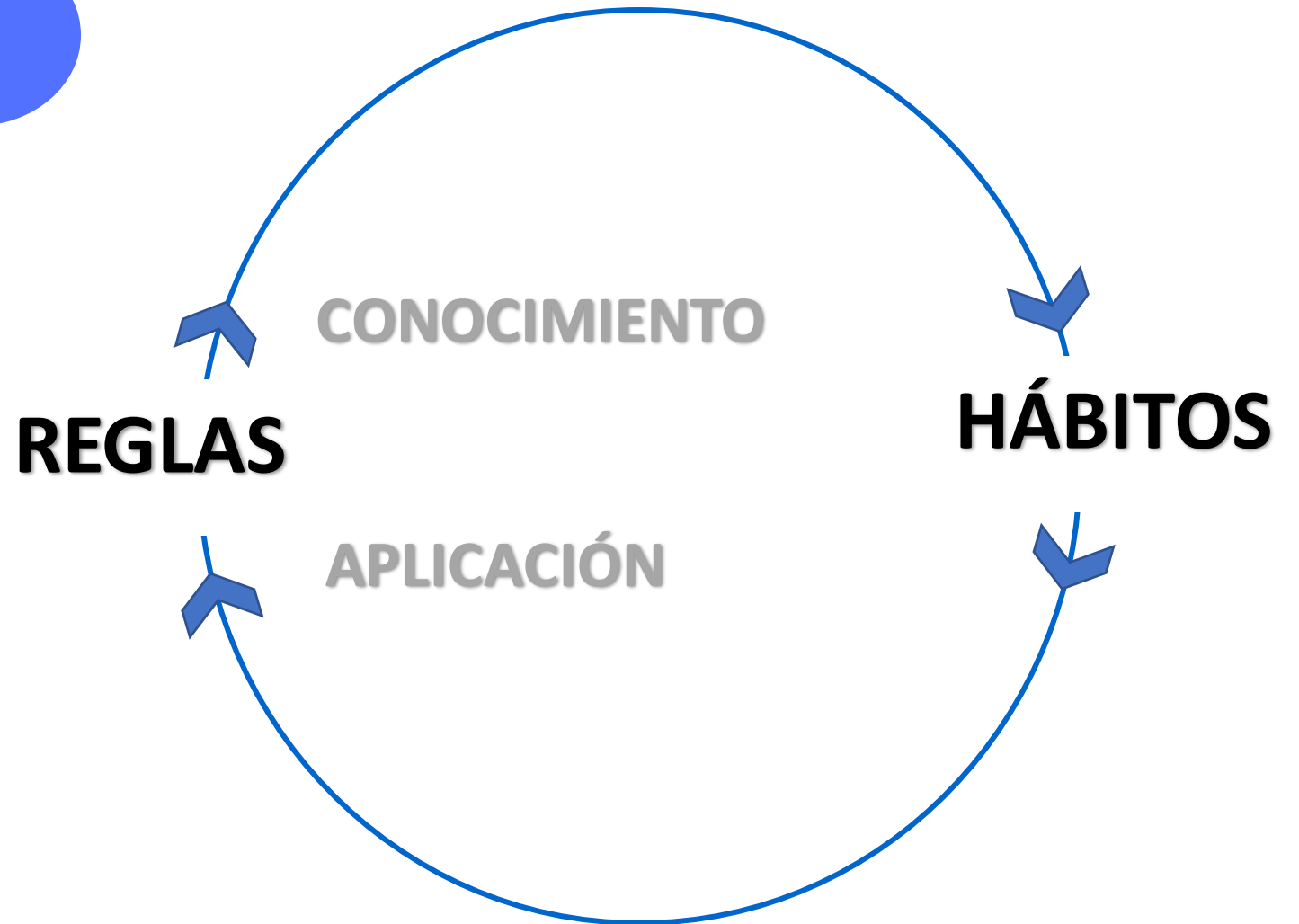
1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
4. Conclusiones



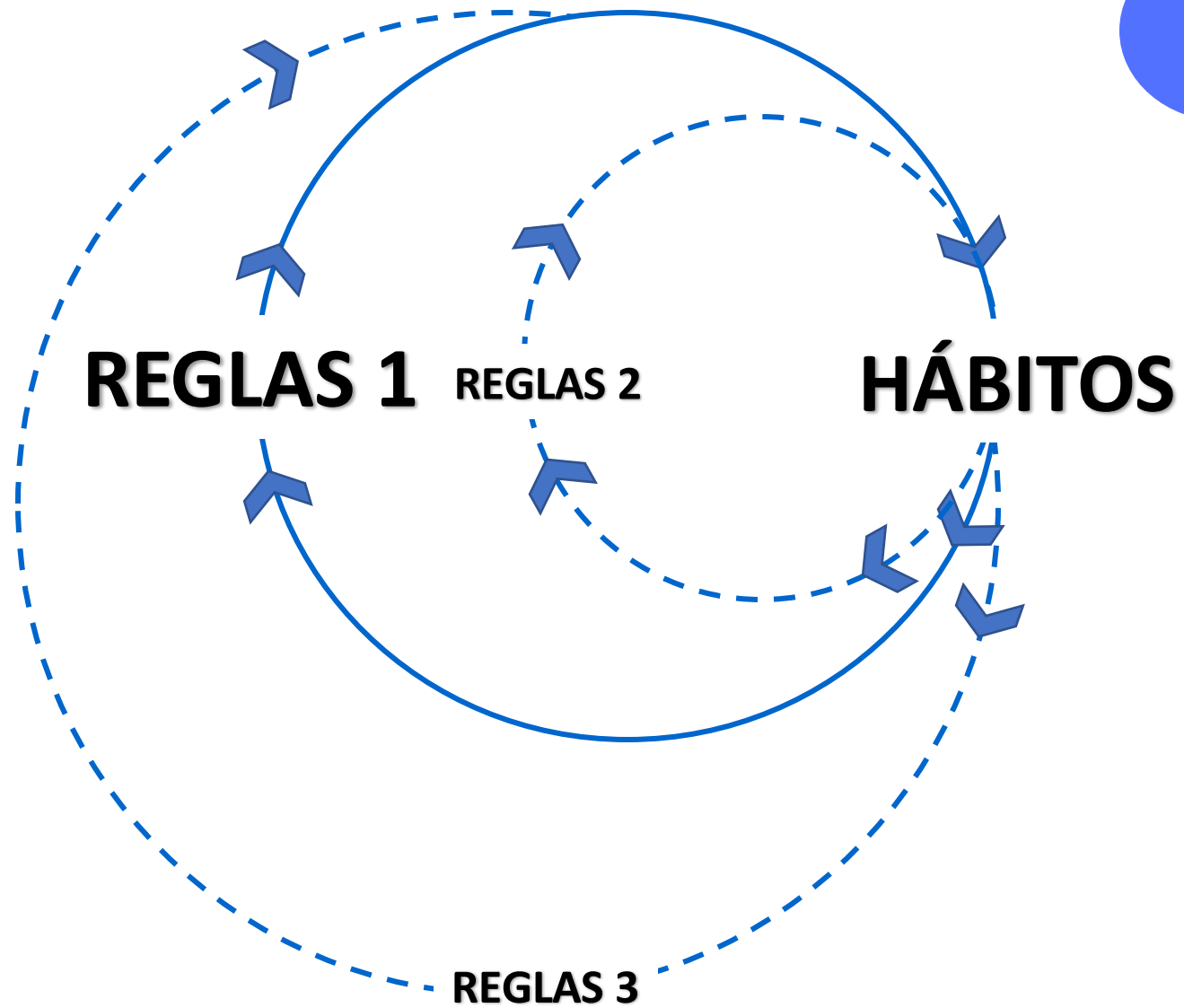
Pacto Global
Red Colombia



INSTITUCIÓN



Geoffrey Hodgson



OBJETIVOS

Identificar **el panorama del soborno** corporativo en Latinoamérica, como un aporte para apoyar el proceso de toma de decisiones para combatir este fenómeno, en los sectores público y privado.

- Indagar sobre el nivel de **conocimiento** de los empresarios respecto a las iniciativas obligatorias y voluntarias diseñadas para combatir la corrupción y el soborno.
- Conocer el nivel de los **esfuerzos** realizados por las empresas para combatir el soborno
- Establecer la **frecuencia de los comportamientos** percibidos, asociados al soborno.

AGENDA

1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
5. Conclusiones



Pacto Global
Red Colombia





Estudio de tipo exploratorio y descriptivo



Cuestionario virtual con 37 preguntas (Caracterización, Conocimiento, Esfuerzo, Hábitos)



Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú.



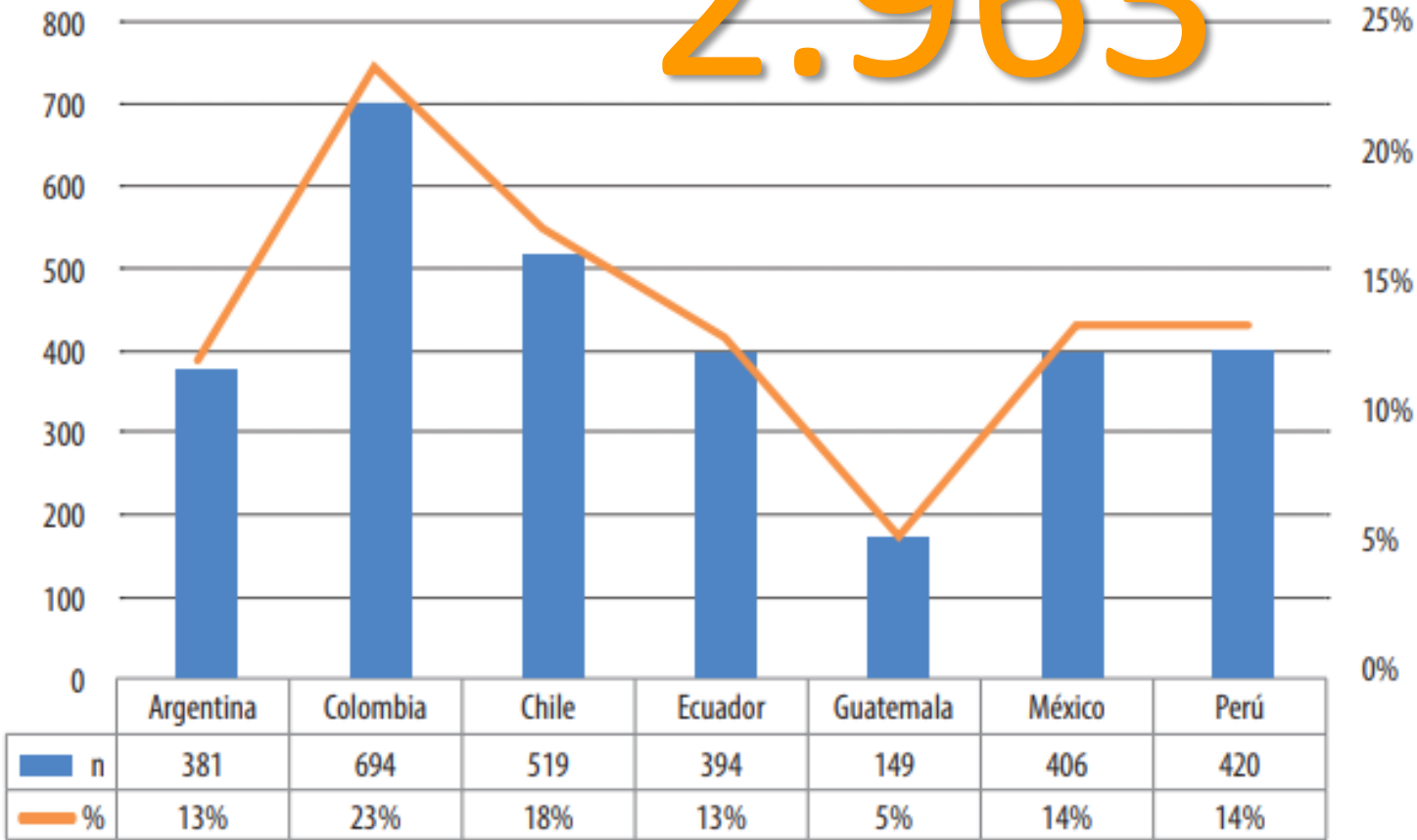
Entre Mayo – Diciembre del 2018



Diseño muestral: no probabilístico, basado en un muestreo accidental o fortuito - NO PROYECTIVO (2%)

MUESTRA

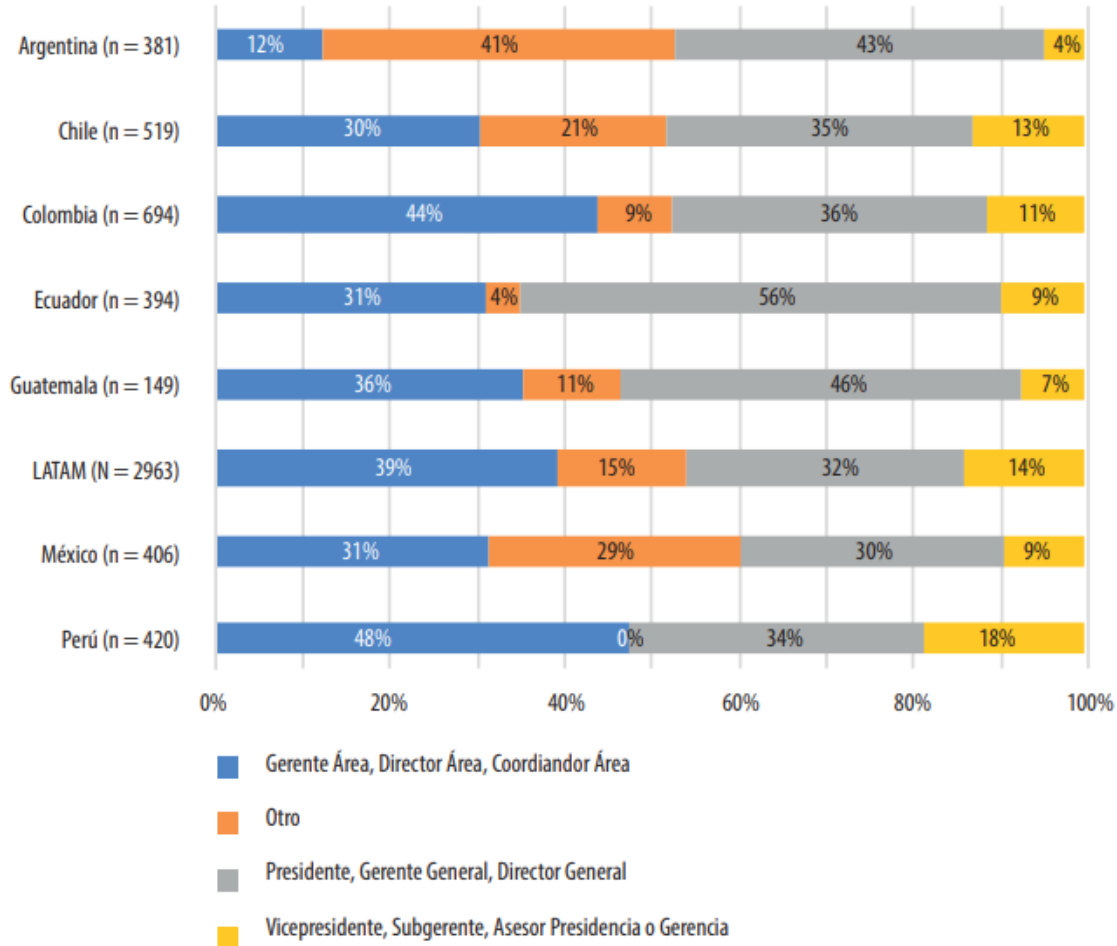
2.963



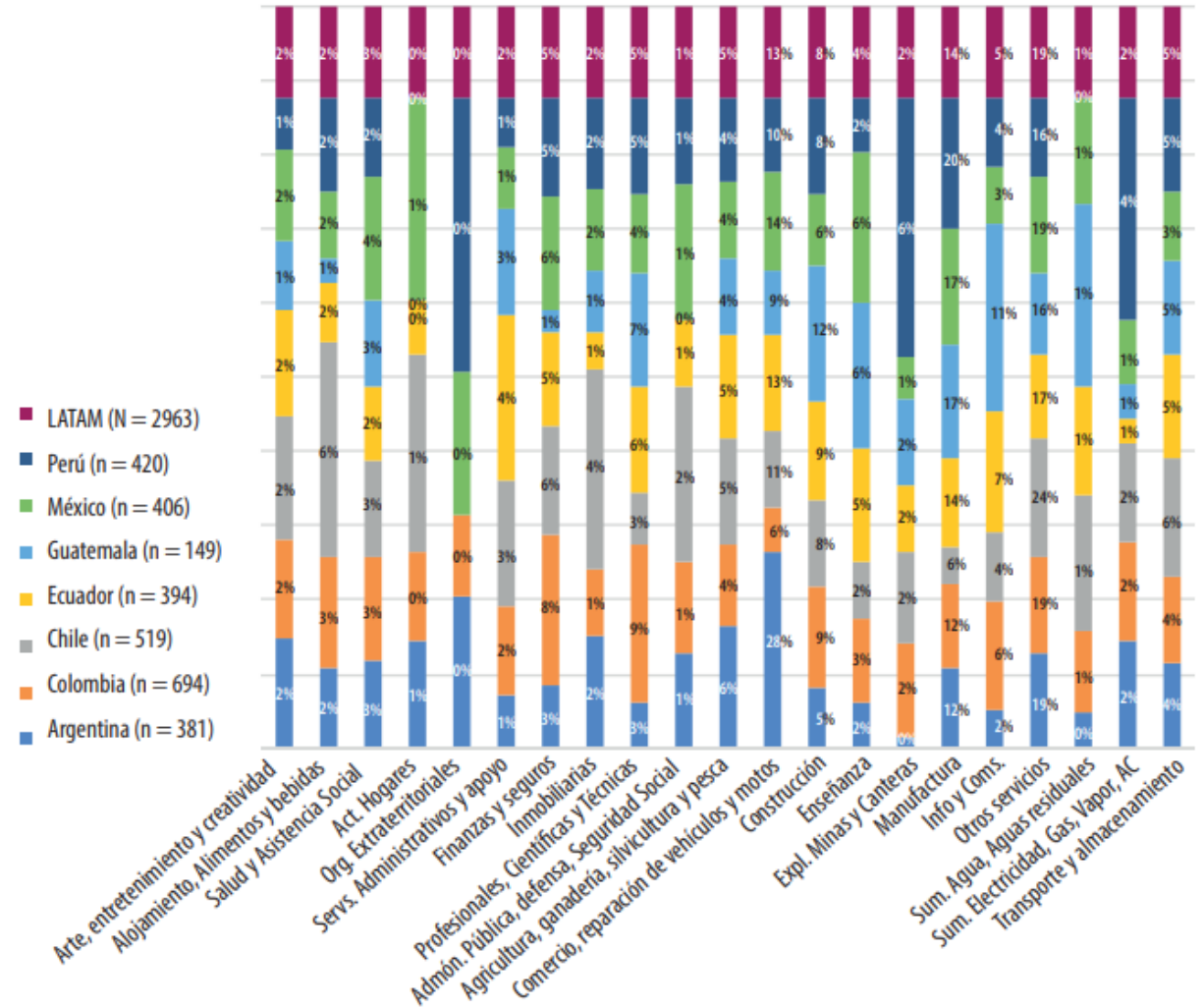
■ n — %

Descripción de la Muestra

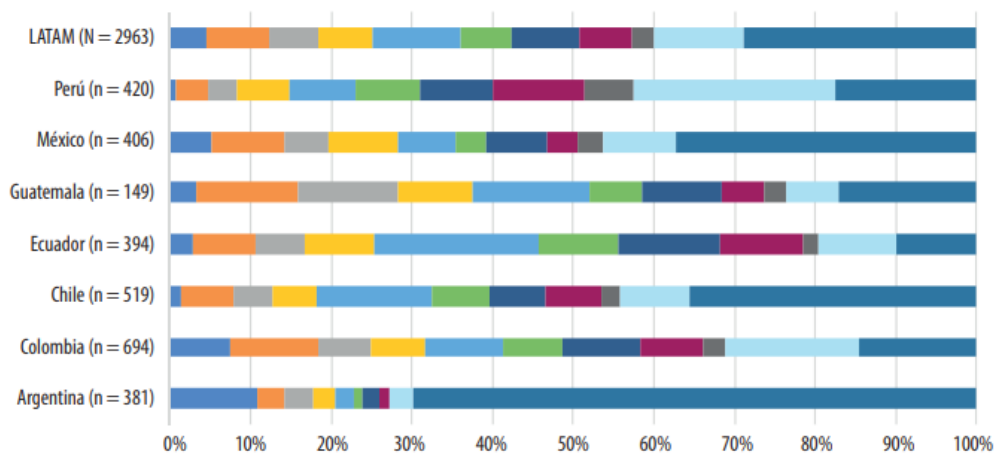
Nivel de Cargo



Sector Económico

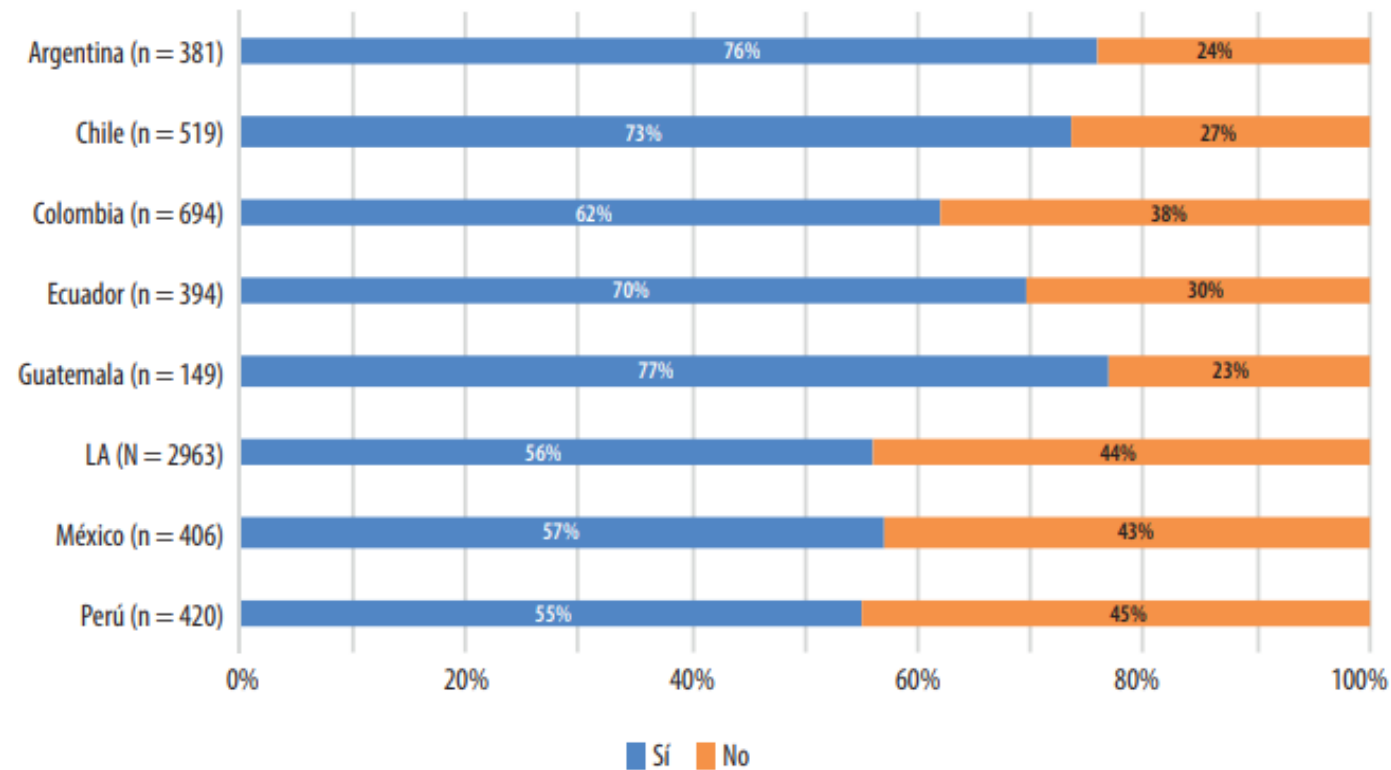


Tamaño (Total de activos - 2017)



	Argentina (n = 381)	Colombia (n = 694)	Chile (n = 519)	Ecuador (n = 394)	Guatemala (n = 149)	México (n = 406)	Perú (n = 420)	LATAM (N = 2963)
■ Menos de \$5.000	11%	7%	1%	3%	3%	5%	1%	5%
■ De \$5.001 a \$25.000	3%	11%	7%	8%	13%	9%	4%	8%
■ De \$25.001 a \$50.000	4%	6%	5%	6%	13%	5%	4%	6%
■ De \$50.001 a \$100.000	3%	7%	5%	9%	9%	9%	6%	7%
■ De \$100.001 a \$500.000	2%	10%	14%	20%	14%	7%	8%	11%
■ De \$500.001 a \$1.000.000	1%	7%	7%	10%	7%	4%	8%	6%
■ De \$1.000.001 a \$5.000.000	2%	10%	7%	13%	10%	8%	9%	8%
■ De \$5.000.001 a \$25.000.000	1%	8%	7%	10%	5%	4%	11%	7%
■ De \$25.000.001 a \$50.000.000	0%	3%	2%	2%	3%	3%	6%	3%
■ Más de \$50.000.000	3%	17%	9%	10%	7%	9%	25%	11%
■ No sé/No tengo acceso a esta información	70%	15%	36%	10%	17%	37%	18%	29%

Tipo de Contratación



AGENDA

1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
5. Conclusiones



Pacto Global
Red Colombia



Iniciativas voluntarias Corrupción

Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales

COL Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas

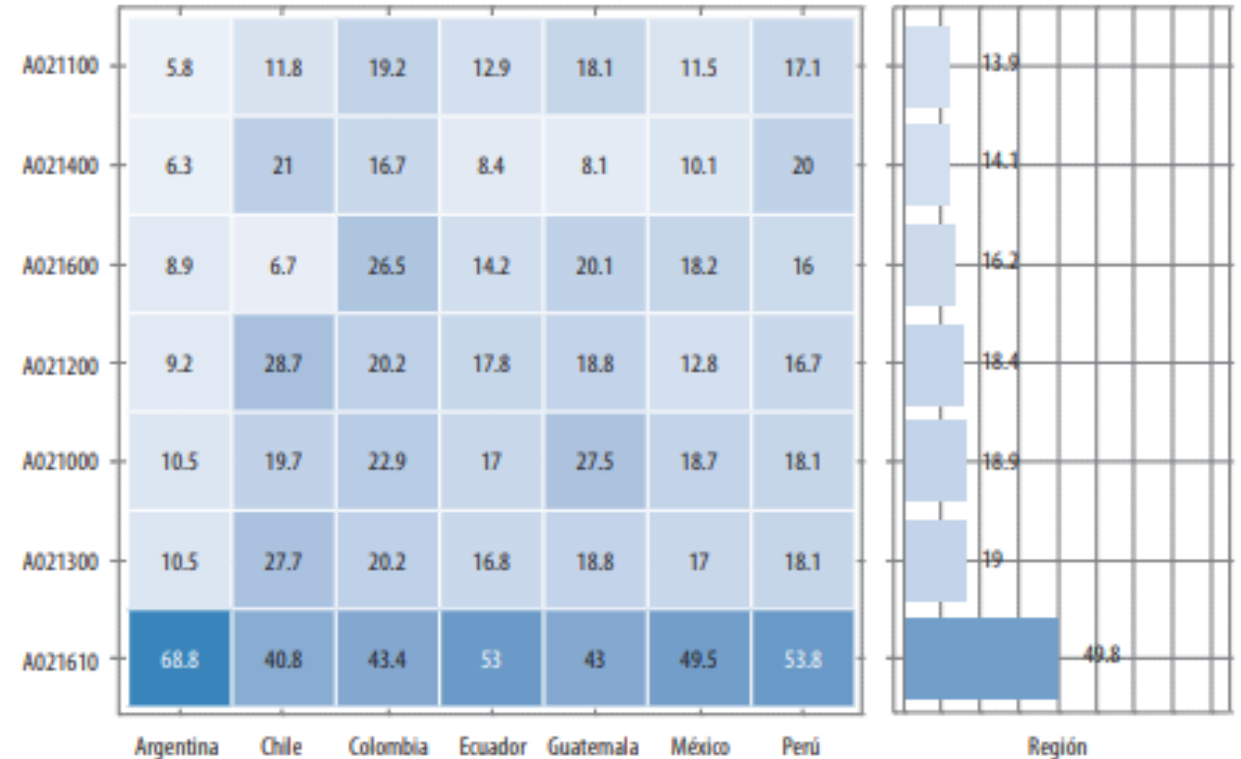
COL Convención Interamericana Contra La corrupción de la OEA

Iniciativa de Alianza Contra la Corrupción PACI (CCInt, OCDE, TI y PG)

Reglas de Conducta de la Cámara de Comercio Internal.

Convención de las Naciones Unidas Contra La Corrupción

Ninguna



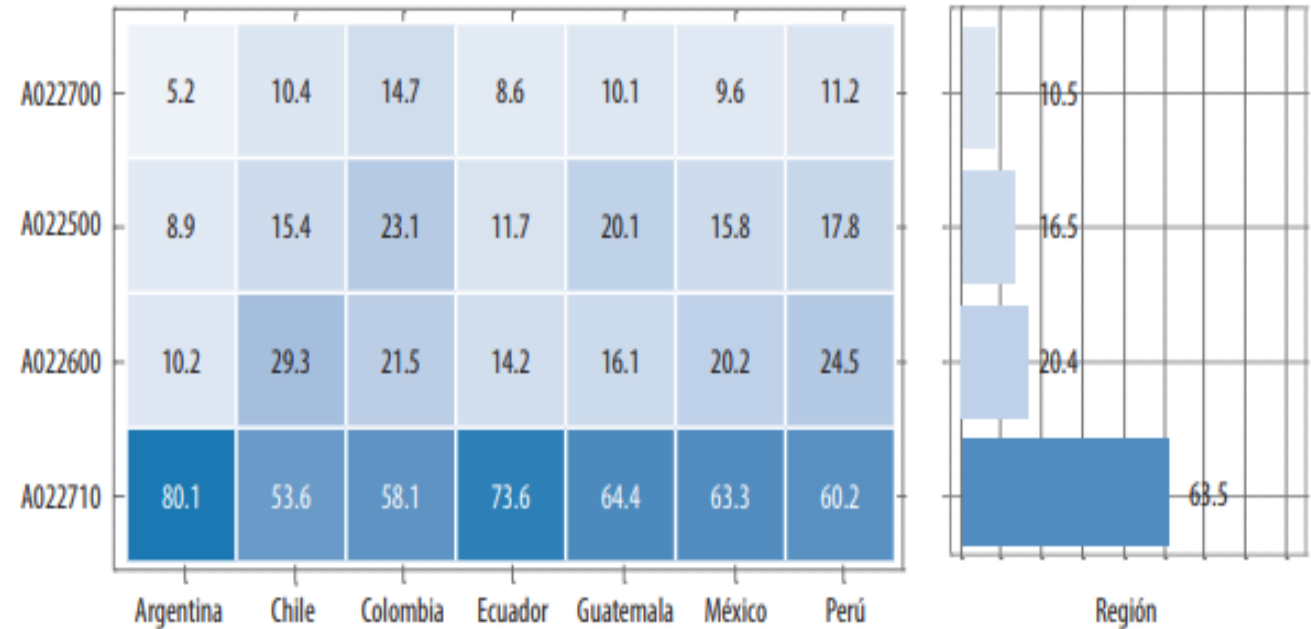
Iniciativas Voluntarias Soborno

Convención para combatir el cohecho de servidores públicos extranjeros

COL Principios empresariales para contrarrestar el soborno TI

CL Norma Técnica ISO 37001

Ninguna



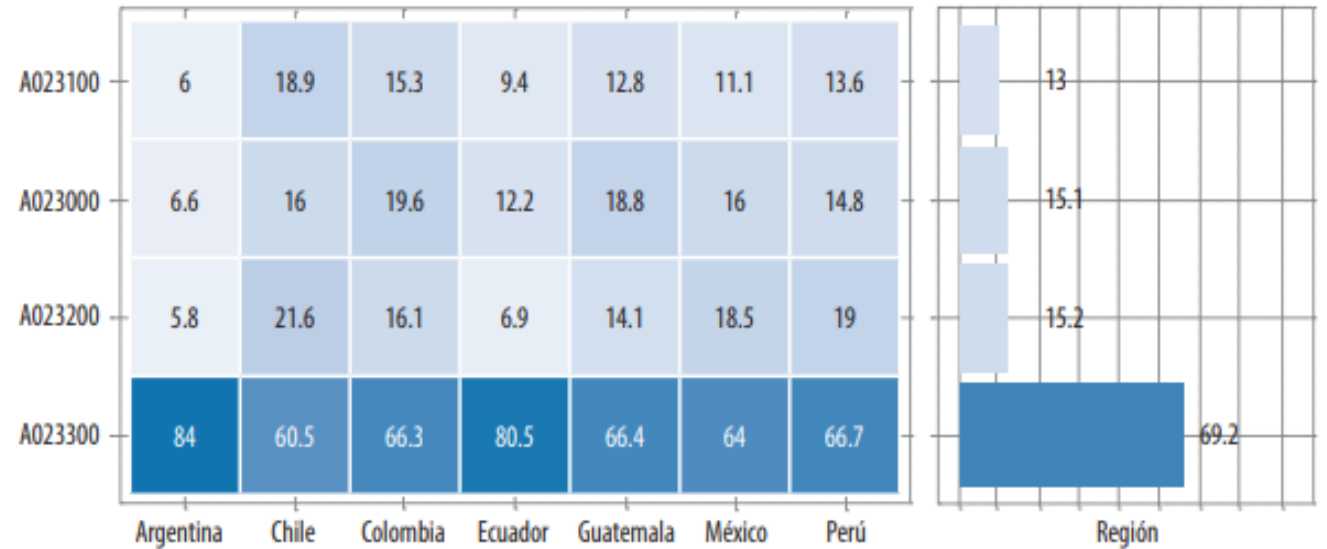
Gestión de Información

Ha enviado comunicaciones informando al respecto

COL Ha realizado capacitaciones

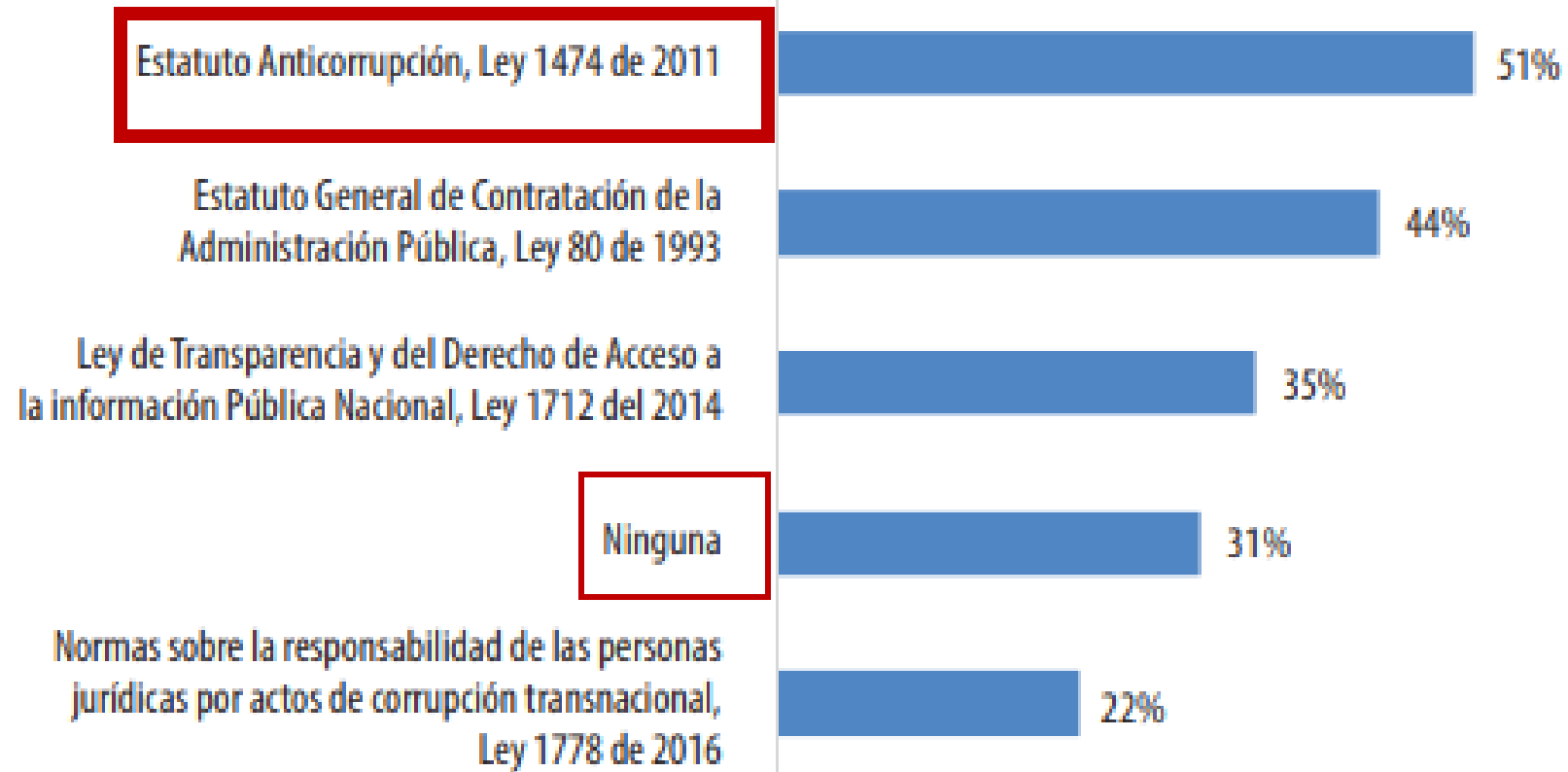
Han recibido alguna comunicación o información formal al respecto

No hay información al respecto



Dispositivos Legales

Colombia



Cierre de Negocios o Contratos

Programa contra el soborno valorado por un tercero

Programa para contrarrestar el soborno

Arg. Ninguna

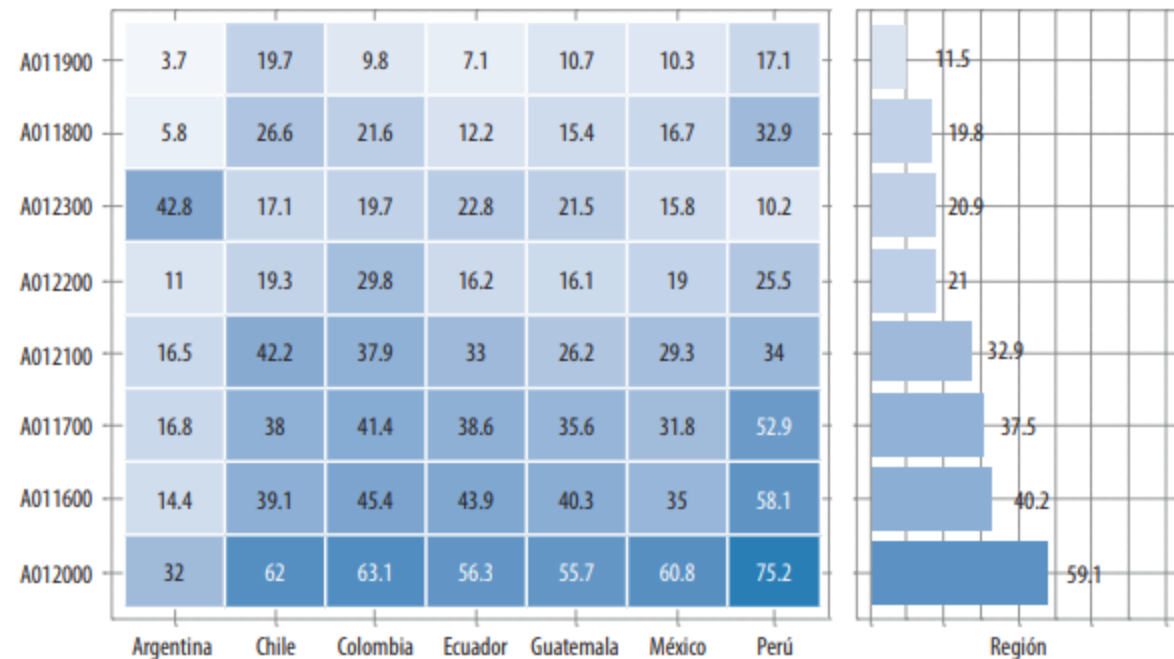
Denuncia a las autoridades intentos y hechos de soborno

Comunicación periódica de la política de la empresa frente al soborno.

Perú Cuenta con una declaración de rechazo a ofrecimientos o recepción

Perú Prohibición total de ofrecer dádiva para asegurar un contrato

Código de ética o código de conducta



Trámites Frente a Entidades Públicas

Ninguna

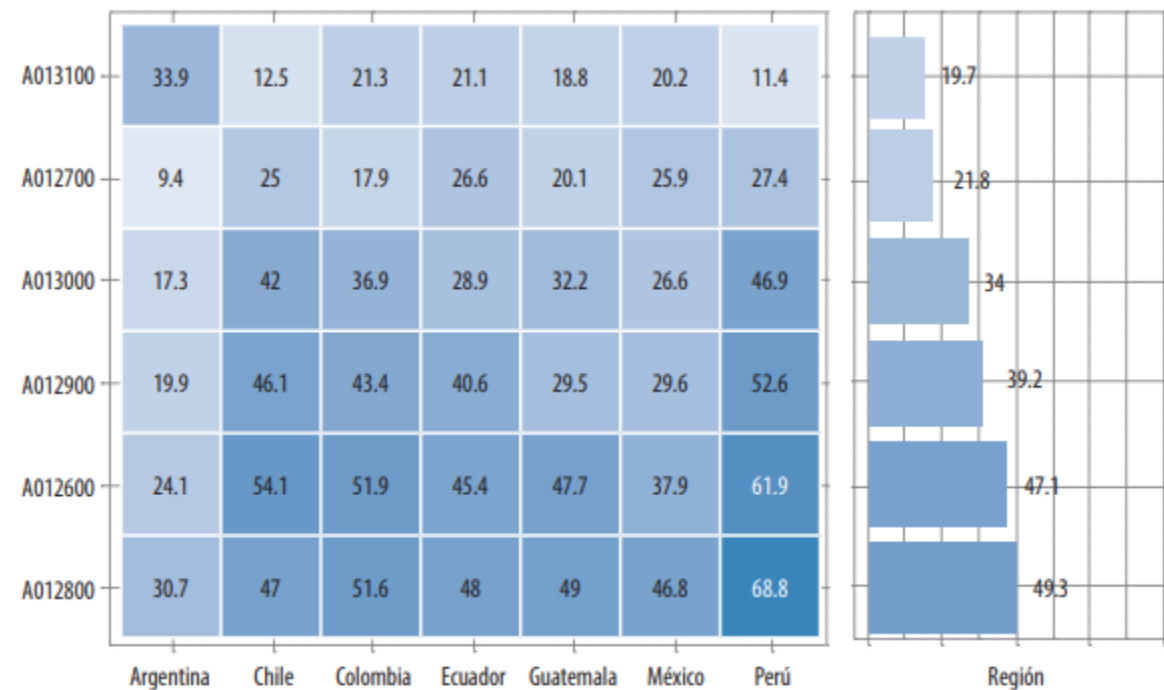
Identificación de las situaciones de riesgo para agilizar los trámites

Política de prohibición total de ofrecer y recibir pagos para agilizar trámites

Comunicación a empleados y terceros del rechazo al pago de comisiones para

PERÚ Conducto regular para trámites requerido frente a entidades públicas

Posición de rechazo frente al pago de comisiones indebidas para agilizar trámites



Contribuciones Políticas

Mecanismos para asegurar que la empresa no obtiene ventajas por el

Seguimiento a las contribuciones políticas realizadas

Publicación de información detallada sobre las contribuciones políticas

Comunicación de la política frente a las C Pol a empleados y partes

Evaluación de posibles conflictos de intereses con el beneficiario

Rechazo formal a la obtención de beneficios particulares adicional a ley

CHL Registro contable formal de las contribuciones políticas

CHL Mecanismo para definir quién decide los aportes, el monto y a quién se le

Ninguna

No realiza contribuciones políticas



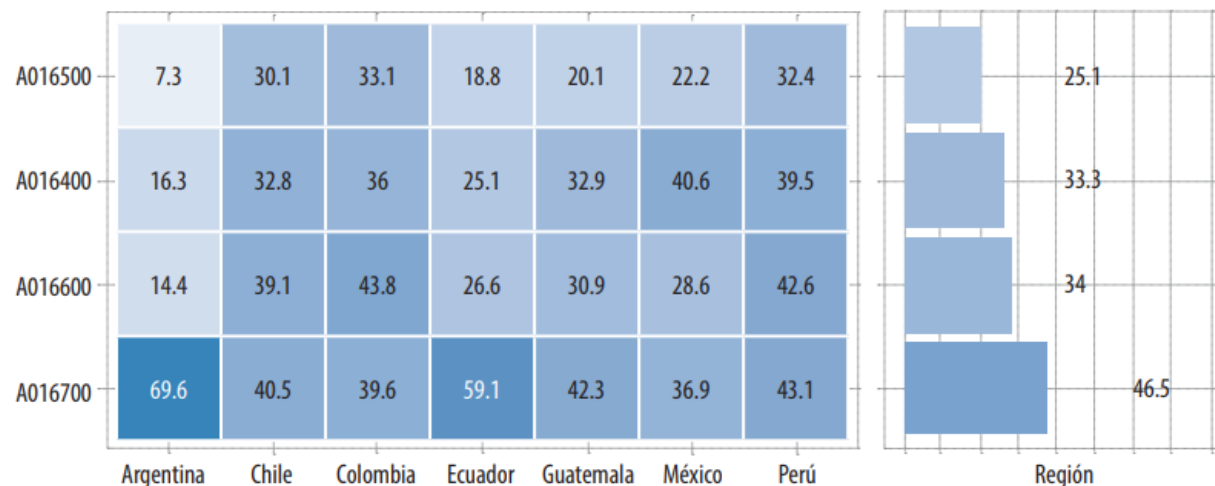
Evaluación de Riesgos

Mecanismos de identificación y gestión de riesgos potenciales de soborno

Identificación, monitoreo y manejo de los conflictos de intereses que pueden

PERU COL Cobertura explícita de políticas a todos los integrantes de la org.

Ninguna



Mecanismos de Control

Compromiso público con la implementación prácticas contra el soborno A018300

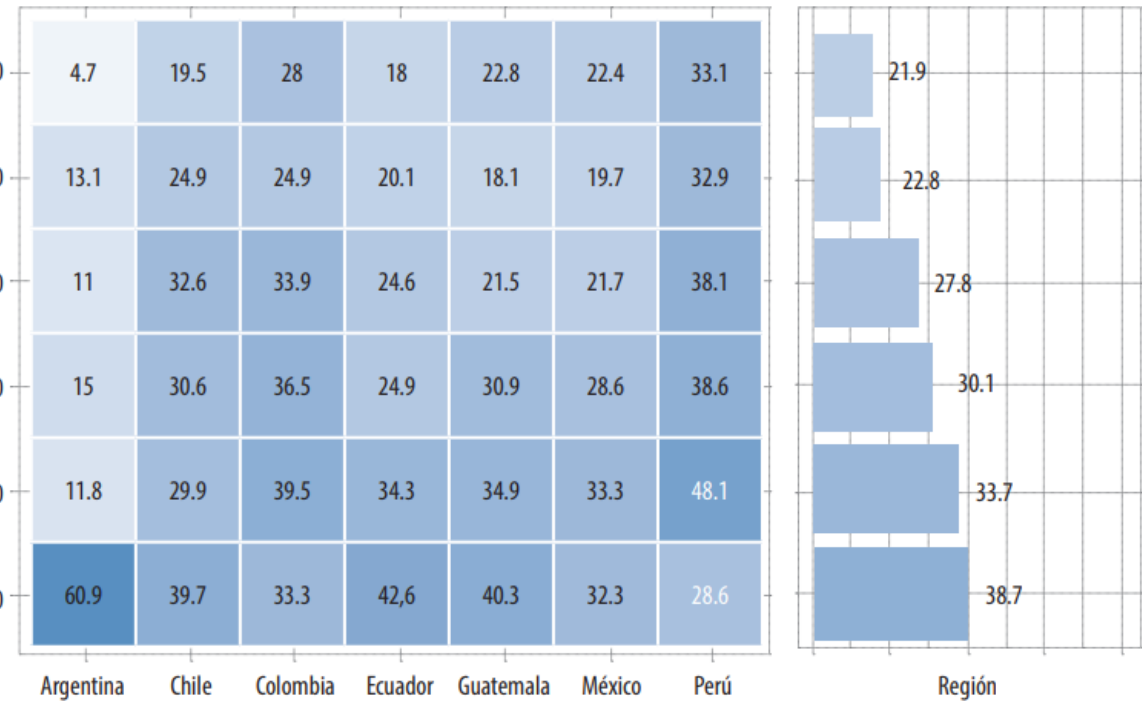
Garantía de no retaliación con los empleados que se rehúsen a pagar A018100

Responsabilidad del gerente en la implementación de las políticas y lineamien A018400

Contribución a la prevención del soborno como condición para la vinculación A018200

PERÚ COL Incorporación de prácticas anti soborno en capacitaciones y comun A018000

Ninguna A018500

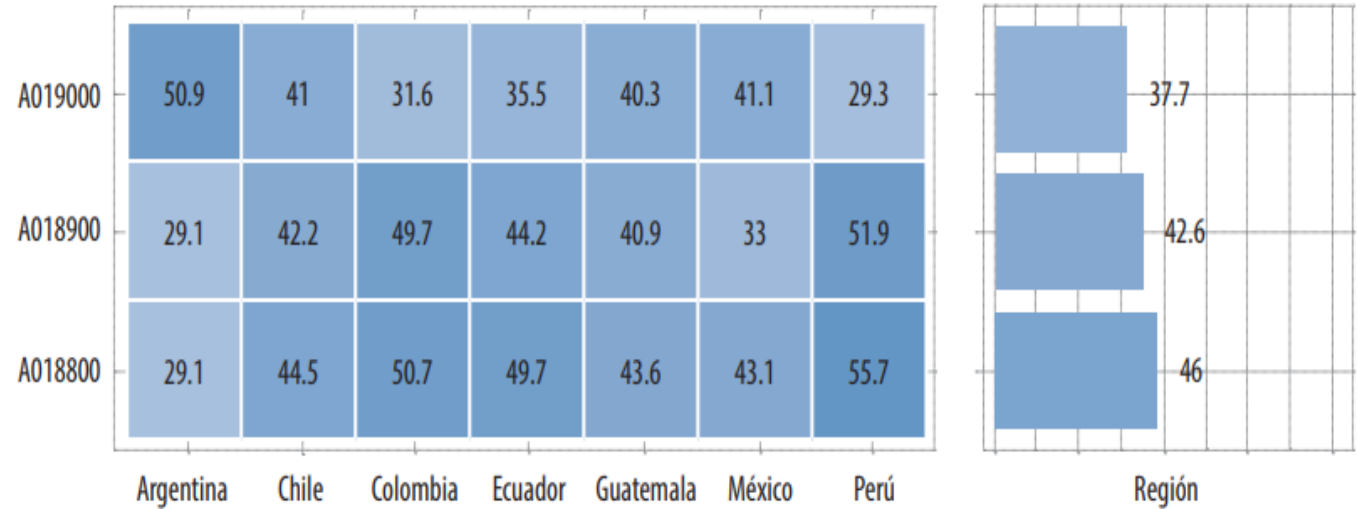


Sanciones

Ninguna

Conocimiento de empleados de las sanciones que generan actos de

PERÚ Sanciones a empleados que incurran en un intento o en un acto de sob



Empresas Asociadas o Alianzas Estratégicas

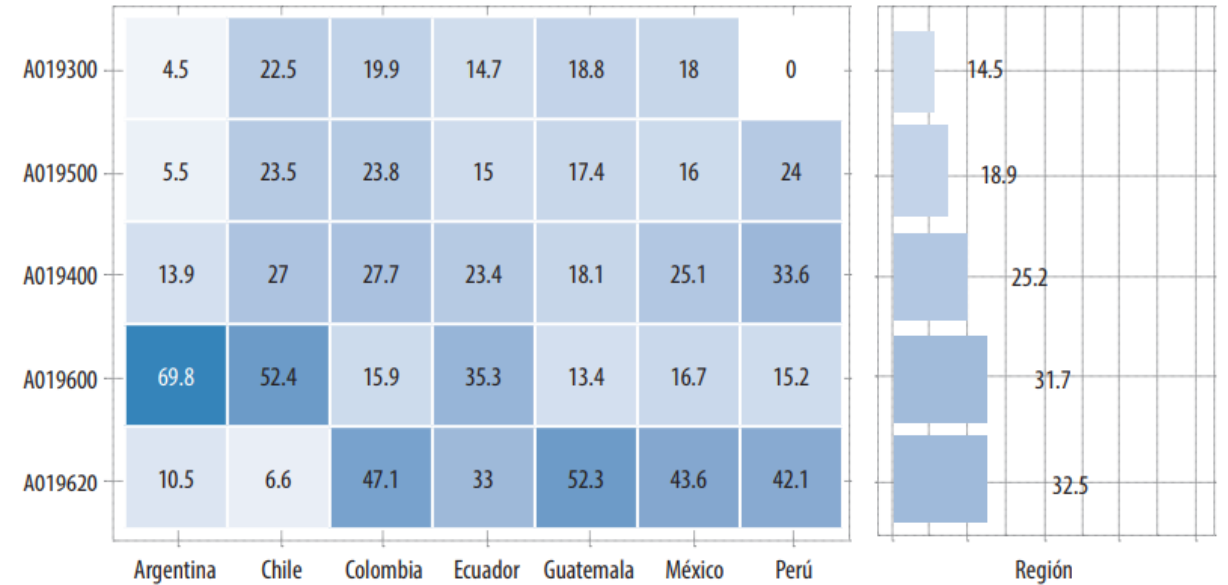
Evaluación de prácticas frente al soborno para empresas asociadas

Acuerdo formal actos de soborno es causal de terminación de la asociación

PERÚ Garantía de rechazo al soborno por parte de empresas asociadas

Ninguna

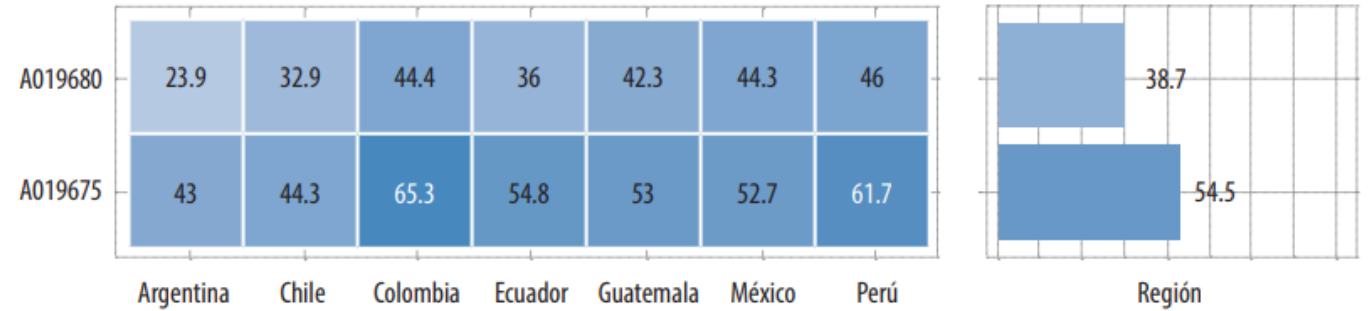
No tiene empresas asociadas ni alianzas estratégicas



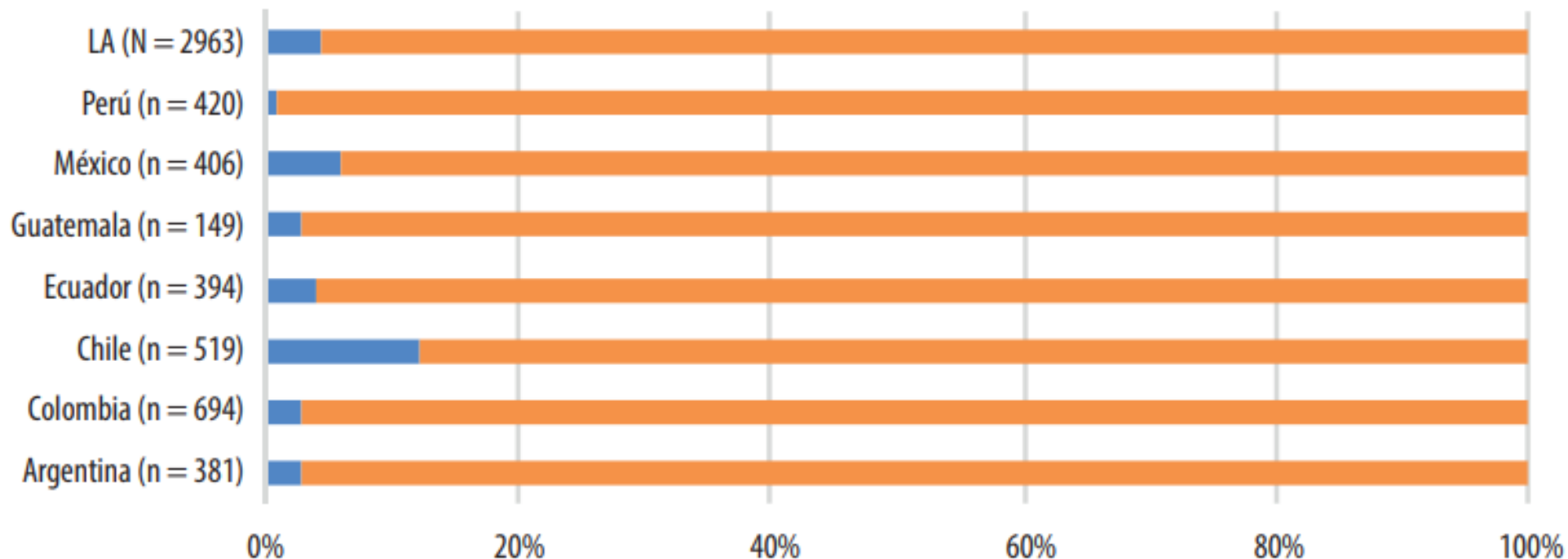
Contratistas y Proveedores

Comunicación a contratistas y proveedores sobre el rechazo al soborno y

PERÚ COL Verificación de los contratistas y proveedores

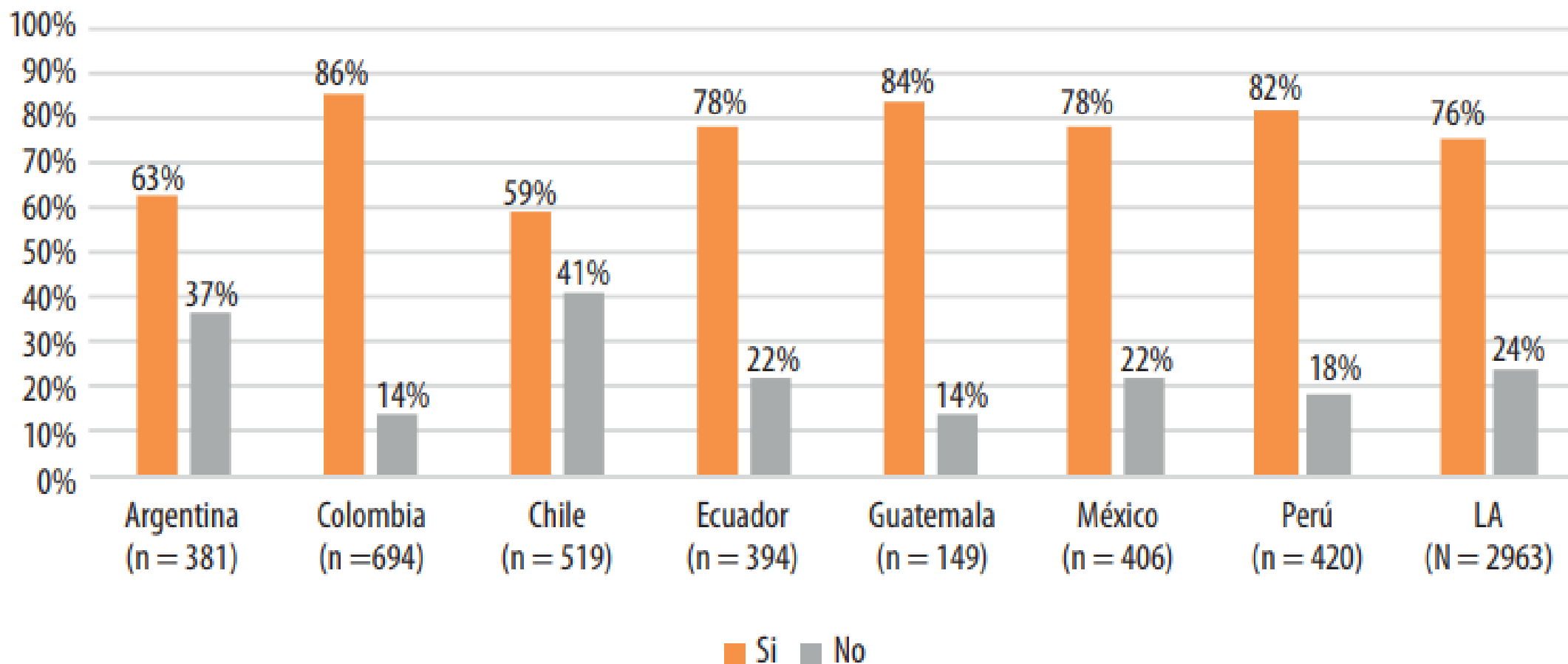


¿Considera que en su país hay empresarios que ofrecen sobornos?



	Argentina (n = 381)	Colombia (n = 694)	Chile (n = 519)	Ecuador (n = 384)	Guatemala (n = 149)	México (n = 406)	Perú (n = 420)	LA (N = 2963)
■ No	3%	3%	12%	4%	3%	6%	1%	5%
■ Sí	97%	97%	88%	96%	97%	94%	99%	95%

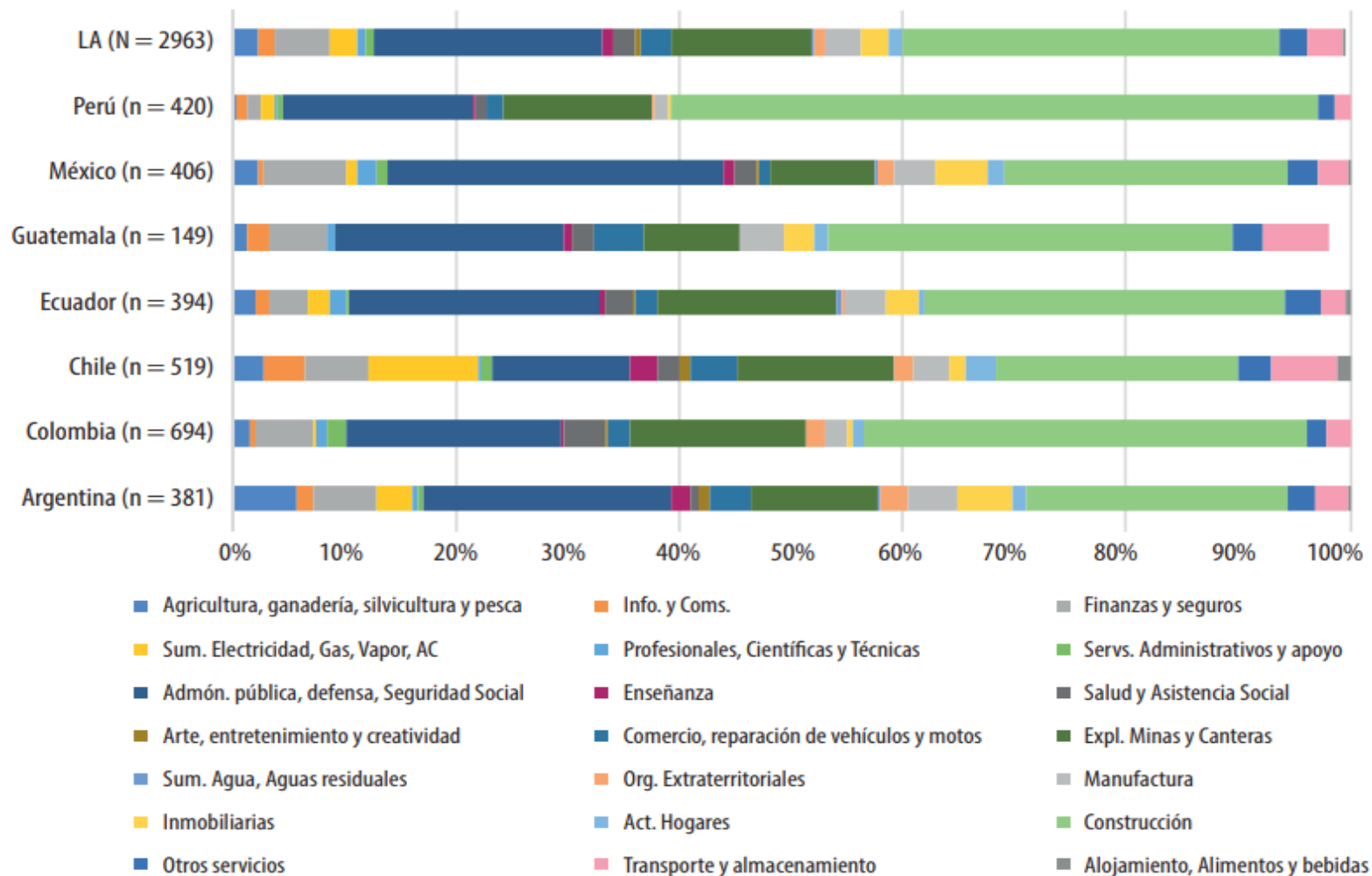
¿Considera que en su sector productivo se ofrecen sobornos?



¿Qué sector productivo es el que se perciben más sobornos?

Construcción (34%)
Administración pública (20%)
Explotación de minas (13%)

Financieros (5%)
Manufactura (3%)
Energía, agua, gas (3%)
Transportes (3%)



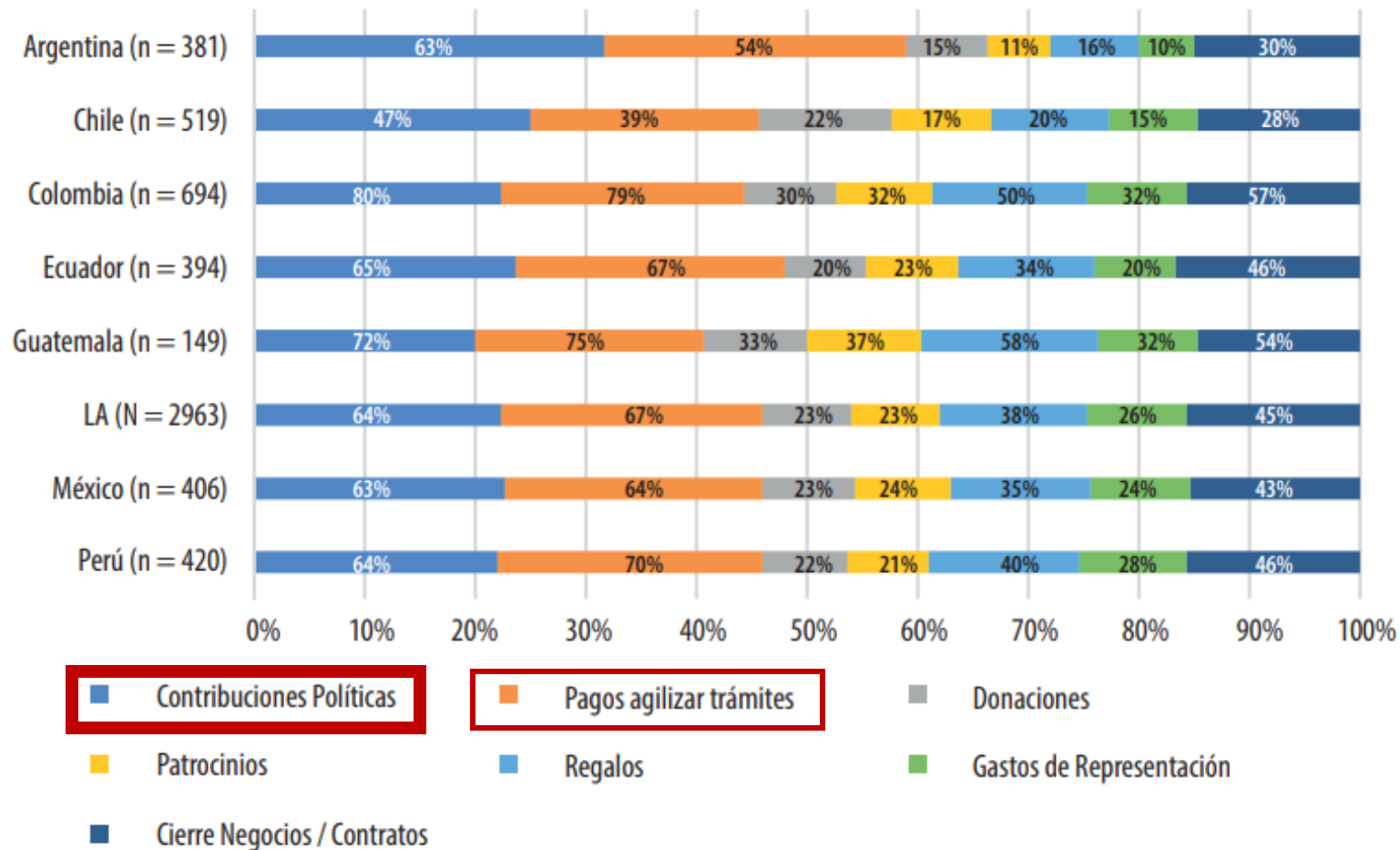
3. Hábito Percibido

¿Cuál cree usted que es el porcentaje adicional que se paga de manera secreta para asegurar la adjudicación de un contrato?

PAÍS	%
Región	26,2%
Argentina	32,1%
Colombia	24,8%
Chile	25,9%
Ecuador	23,7%
Guatemala	30,0%
México	33,4%
Perú	17,8%

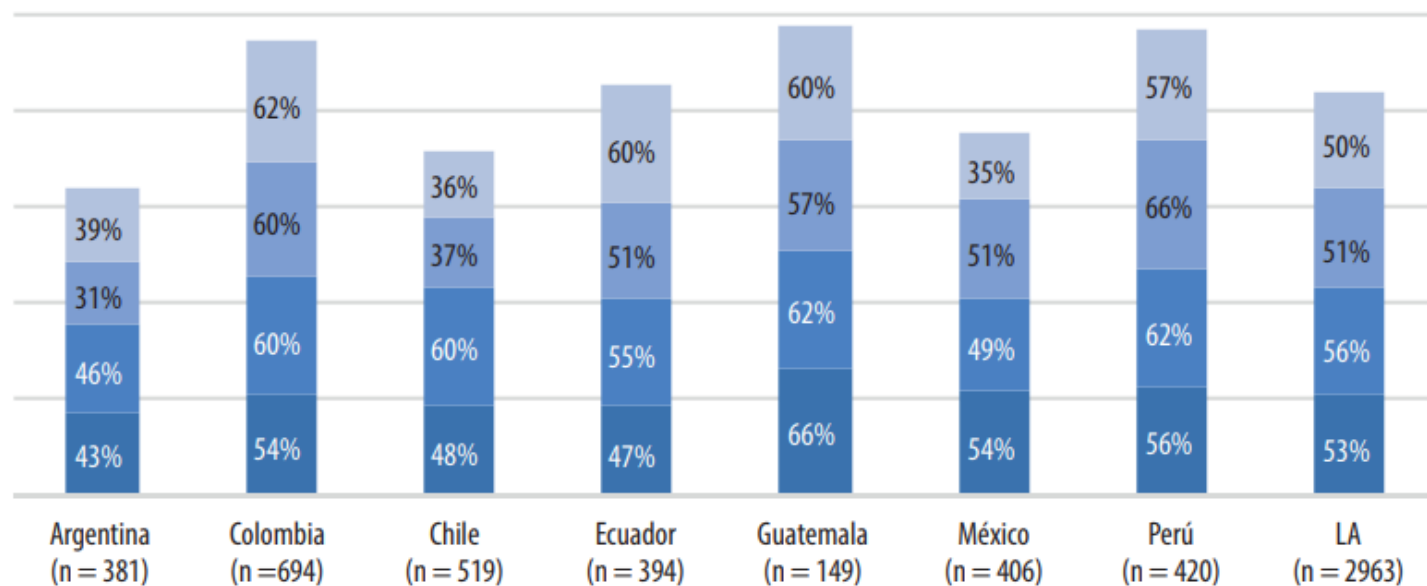


Modalidades más utilizadas para sobornar



3. Hábito Percibido

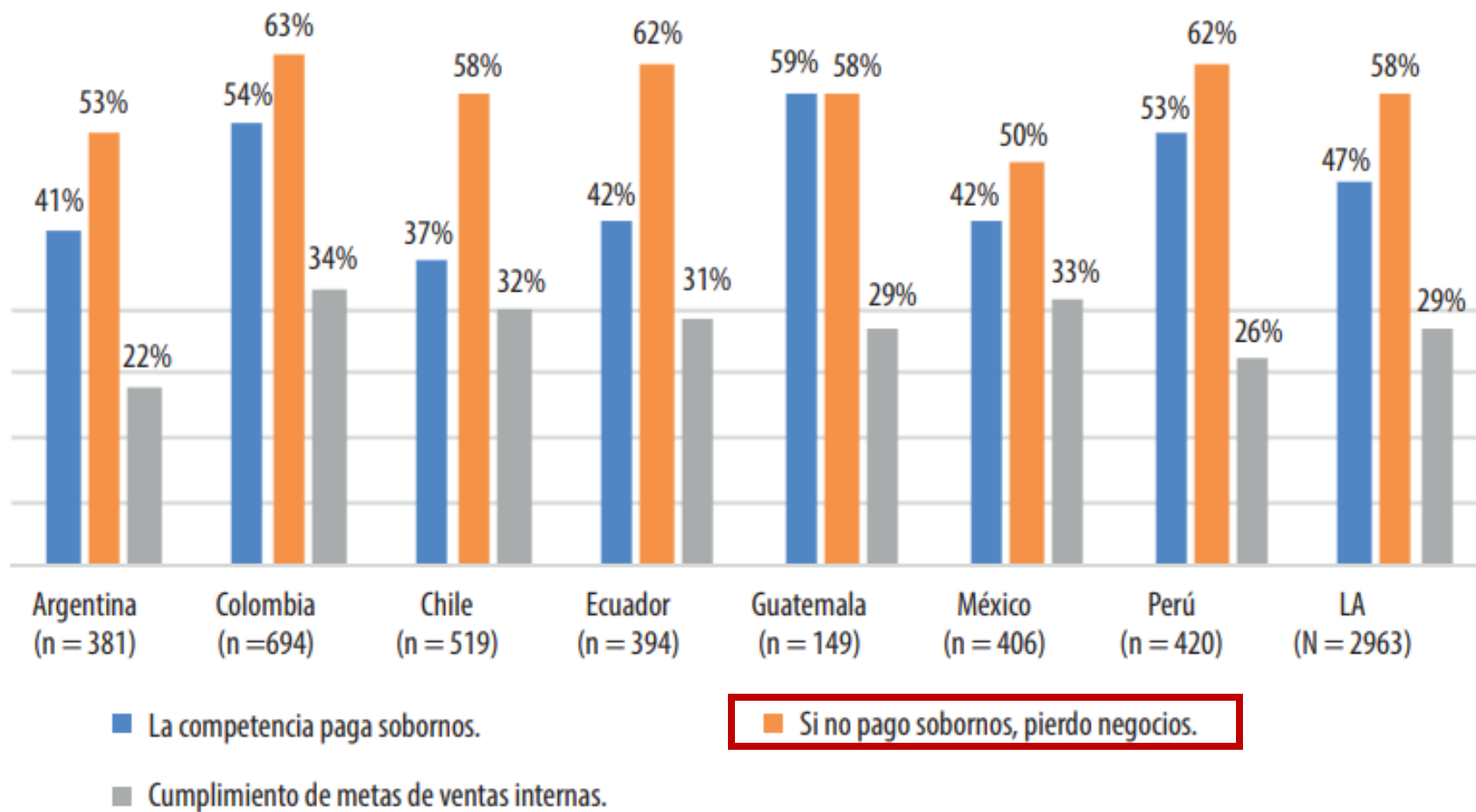
¿Cuáles de las siguientes situaciones considera usted motivos de presión para dar u ofrecer sobornos en el sector público?



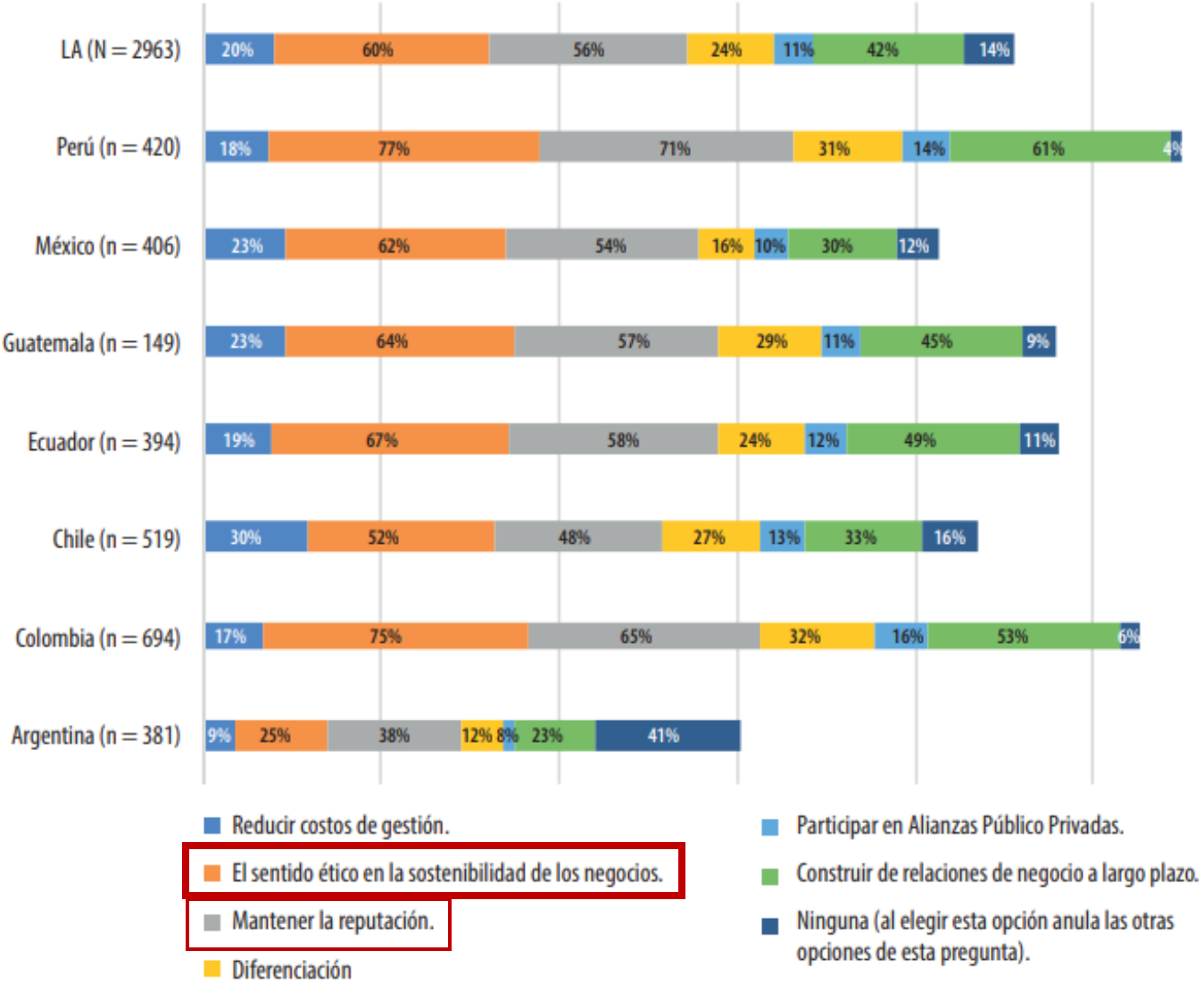
- Perder negocios si no se ofrecen o reciben sobornos.
- El requerimiento, directo o indirecto, de sobornos o beneficios por parte de funcionarios públicos.
- Trámites y procedimientos engorrosos.
- La ineficiencia del sector público para ejercer sus funciones.

3. Hábito Percibido

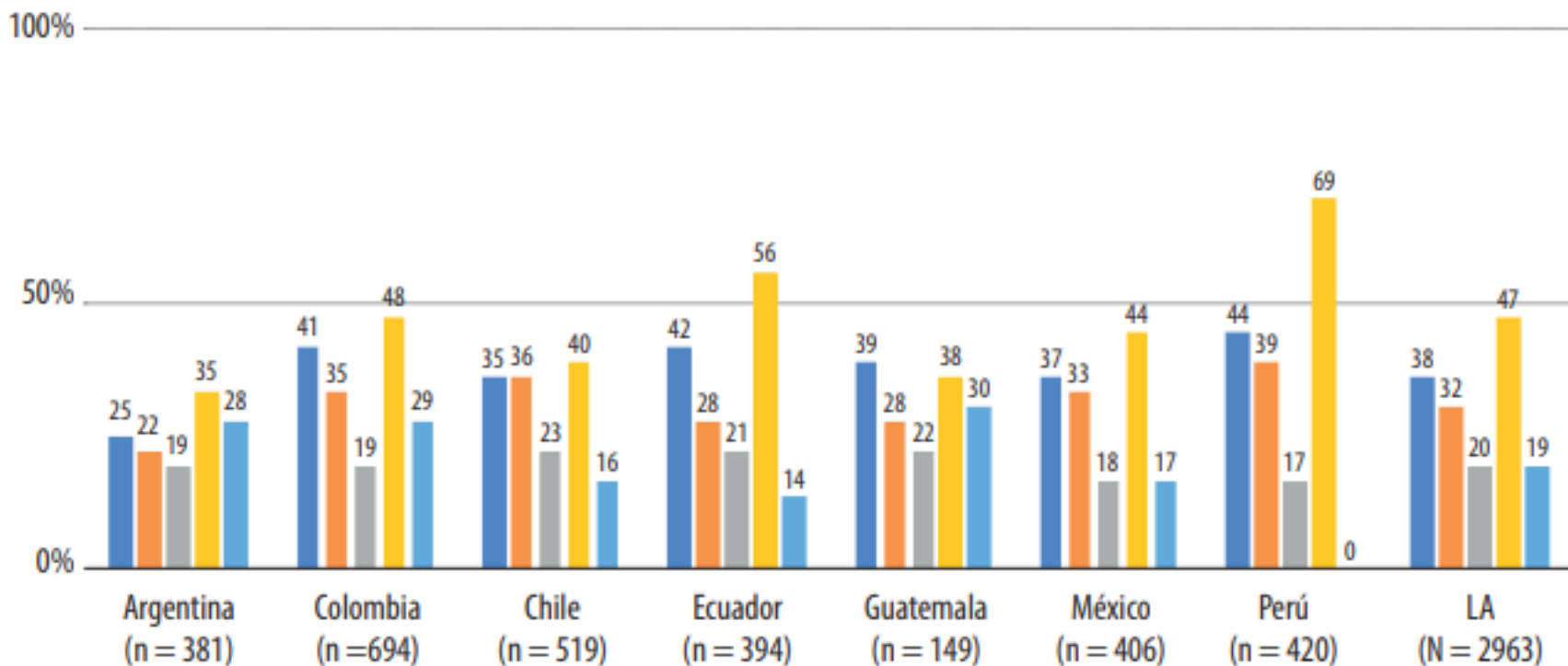
¿Cuáles de las siguientes situaciones considera usted motivos de presión para dar u ofrecer sobornos en el sector privado?



Motivaciones de las empresas para la prevención del soborno



Obstáculos para la prevención del soborno



Las acciones deshonestas de la competencia.

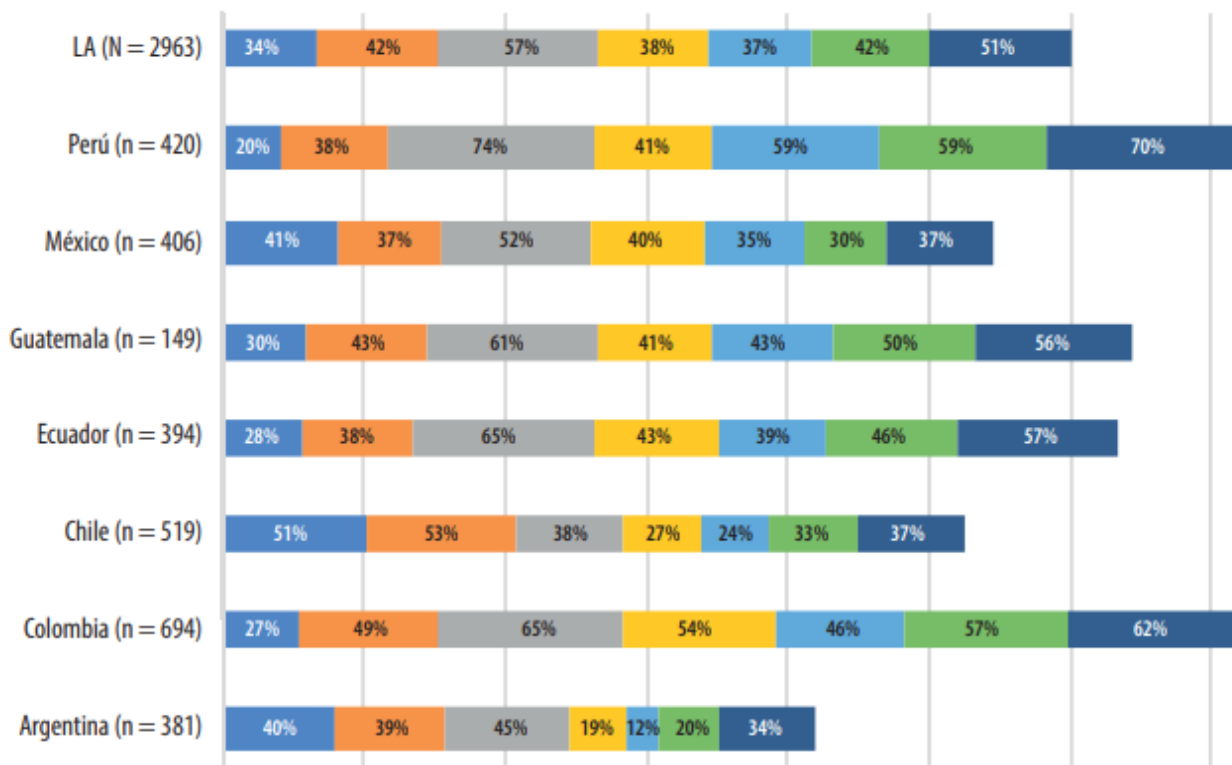
La corrupción en el sector público

El mercado no reconoce estos esfuerzos.

Ninguna (al elegir esta opción anula las otras opciones de esta pregunta).

Implica gastos adicionales.

3. Hábito Percibido



- Más y mejores leyes.
- Aumentar las penas a los culpables.
- Más y mejor educación a los niños y a los jóvenes.
- Empoderar a la sociedad civil para que haga más y mejores ejercicios de control social y petición de cuentas.
- Impulsar reformas económicas y administrativas para que las organizaciones públicas y privadas sean más transparentes y rindan más cuentas.
- Crear y fortalecer los sistemas de denuncia y protección a denunciantes.
- Fomentar una cultura ética a través de la implementación de sistemas de integridad y transparencia.

Acciones más efectivas para combatir el soborno

AGENDA

1. Motivación
2. Marco de referencia
3. Metodología
4. Hallazgos
5. Conclusiones



Pacto Global
Red Colombia



CONCLUSIONES

- Bajos niveles de conocimiento que las organizaciones participantes sobre los mecanismos voluntarios y obligatorios para combatir el soborno.
 - Un bajo porcentaje de la muestra (15%) gestiona y promueve información sobre el tema entre sus empleados, contratistas o empleados de sus contratistas
 - Se requiere de mayor difusión sobre las iniciativa voluntarias contra la corrupción y promover el conocimiento de buenas prácticas tanto para grandes compañías como para los integrantes de sus cadenas de abastecimiento.
 - Los gobiernos y ONG pueden ser actores relevantes para lograr este cometido, pues a través de estas organizaciones las empresas pueden canalizar y generar sinergia en los esfuerzos para erradicar la corrupción y los sobornos en su gestión.
-

CONCLUSIONES

- Los esfuerzos realizados por parte de las empresas para el combatir el soborno son alarmantes, aunque se aplican instrumentos tales como códigos de conducta o códigos de ética un porcentaje proporcionalmente alto manifiesta no realizar acciones.
 - Es importante que las empresas incluyan en sus plataformas estratégicas los temas de corrupción como parte esencial de sus negocios, asociándolo a estrategias de sostenibilidad corporativa o responsabilidad social para reducir el impacto económico de estas prácticas en los resultados del negocio.
 - Es necesario, que tanto el sector público como del privado incentiven la creación y desarrollo de mecanismos que busquen más que el castigo la prevención, ya que las soluciones legales se ven limitadas ya sea por la saturación de los sistemas judiciales y penales como por la corrupción en los aparatos estatales, promoviendo la impunidad.
-

CONCLUSIONES

- Se perciben al soborno como una actividad recurrente en el entorno de los negocios, sin embargo, este porcentaje disminuye cuando se habla del propio sector económico.
 - Las presiones reconocidas como más fuertes para ofrecer sobornos son la competencia, los requerimientos o ineficiencia del sector público.
 - Las organizaciones perciben al soborno como una actividad que se lleva a cabo por fuera de sus fronteras organizacionales y fuera de su control
 - Entre las motivación implementar prácticas antisoborno en las empresas se destacaron el sentido ético y el cuidado de la reputación.
 - La disminución de la burocracia para simplificar los trámites, la realización de procesos de formación y entrenamiento en los aspectos éticos de los negocios y mecanismos de presión como la pérdida del título universitario a quienes se vean inmiscuidos en actos de corrupción pueden contribuir a la promoción de un entorno más ético para los negocios.
-

CONCLUSIONES

- Experiencias internacionales exitosas de lucha contra la corrupción no solo evidencian la vinculación existente entre los comportamientos individuales y colectivos del sector privado para luchar contra la corrupción y el compromiso de los gobiernos e instituciones del estado.
- Si el entorno que las rodea no reconoce o exige a los negocios probidad y transparencia, las acciones para combatir el soborno se convierten en un sobre costo excesivamente oneroso para las compañías ya que, más allá del compromiso ético del gerente o administrador, el proceso de toma de decisiones estará siempre viciado por esta distorsión.
- El compromiso empresarial para luchar contra el fenómeno de la corrupción y debe ir acompañada de los esfuerzos de los gobiernos e instituciones públicas, el compromiso de los sistemas de justicia, la denuncia de los sectores económicos y de incentivos para que el consumidor se motive a conocer más a las empresas y preferir a las más probas e íntegras, convirtiendo a los esfuerzos en la lucha contra la corrupción en una inversión en diferenciación y competitividad



Comparte en tus
redes sociales
#CeroSobornoLAC



@DESUMINSITRO
@GYEPESL



@REDDESUMINSITR
O RESPONSABLE