

# I Parte

INSTITUTO  
**ETHOS**

---



Corporación

**TRANSPARENCIA  
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

# Ética y transparencia, un buen negocio

[www.transparenciacolombia.org.co](http://www.transparenciacolombia.org.co)  
[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

INSTITUTO  
**ETHOS**

---



Corporación

**TRANSPARENCIA  
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

## **Primer mensaje**

**Una empresa socialmente  
responsable es una empresa ética y  
transparente**

**Dos elementos esenciales en la conducción socialmente responsable de una empresa son: la ética y la transparencia con respecto a los grupos de intereses.**

**La transparencia genera un ejercicio de visibilidad y rendición de cuentas de las acciones de los empresarios**

- Divulgación clara y abierta de la información**
- Altos estándares de gobierno corporativo.**

## Primer mensaje

Una empresa socialmente responsable es  
una empresa ética y transparente

## Segundo mensaje

**Invertir en ética y transparencia  
genera dividendos**

## ¿Porqué implementar prácticas éticas en las empresas?

- El 44% de las empresas que implementan prácticas éticas, ve mejoras en su productividad
  - El 39% ve mejoras en su imagen de integridad (KPMG).
- El 37% de los consumidores latinoamericanos ha considerado castigar, o efectivamente ha castigado a una empresa por una conducta irresponsable.
  - En Estados Unidos, solo el 6% de los trabajadores permanecerían en empresas donde sus jefes no observan un comportamiento ético

# ¿Porqué implementar prácticas éticas en las empresas?

- **Crea un entorno de negocios sano**
- **Brinda mayores condiciones de sostenibilidad a largo plazo**
- **Responde a tendencias internacionales en materia de ética empresarial y lucha contra la corrupción en el sector privado.**
- **Incrementa la capacidad empresarial para competir en un mercado globalizado.**

## Primer mensaje

- Una empresa socialmente responsable es una empresa ética y transparente

## Segundo mensaje

- Invertir en ética y transparencia genera dividendos

## Tercer mensaje

**Corrupción, un problema  
Alguien debe dar el primer paso**

## Según el Índice de Percepción de la Corrupción (2007), la región tiene el reto de combatir la corrupción

Rango del país	País	Puntuación 2007
1	Nueva Zelanda Dinamarca Finlandia	9.4
22	Chile	7.0
25	Uruguay	6.7
68	Colombia	3.8
72	Brasil	3.5
105	Argentina	2.9
138	Paraguay	2.4

Fuente: Transparencia Internacional. 180 países evaluados. Escala 0 a 10.

## Los países con los cuales los chilenos no realizarían negocios, debido al riesgo de sufrir perjuicios económicos, son:

Venezuela 17,7%

**Argentina 16,7%**

Bolivia 13,9%

Nigeria 7,7%

Rusia 5,7%

Países Africanos 4,3%

Cuba 4,3%

Irán 3,8%

Irak 3,3%

Perú 2,9%

México 2,9%

**Paraguay 2,4%**

Haití 2,4%

Ecuador 1,9%

Colombia 1,9%

Países Asiáticos 1,4%

China 1,4%

**Brasil 1,4%**

Sudán 1,0%

Países Medio Oriente 1,0%

Países Centroamericanos 0,5%

Zimbawe 0,5%

Filipinas 0,5%

Italia 0,5%

La corrupción entre 14 factores que más dificultan la realización de negocios en países del Mercosur.

País	Posición que ocupa la corrupción
Argentina	2/14
Brasil	6/14
Paraguay	1/14
Uruguay	13/14

Fuente: "The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum 2007

## La corrupción impacta negativamente los negocios

¿En qué medida percibe Ud. que los siguientes sectores se ven afectados en su país/territorio por la corrupción? (1:nada corrupto,... 5:muy corrupto)	Partidos Políticos	Parlamento/ Poder legislativo	Empresas/ Sector privado	Medios de comunicación	Ejército	ONG	Organismos religiosos	Sistema educativo	Sistema legal/ Poder judicial	Servicios de salud	Policía	Servicios de registro y permisos	Servicios públicos	Hacienda/ Administración fiscal
Latinoamérica	4,1	4,1	3,5	3,2	3,5	3,0	2,8	2,9	3,9	3,1	4,0	3,5	3,3	3,5
Argentina	4,4	4,3	3,8	3,6	3,6	3,0	3,3	2,9	4,2	3,1	4,3	3,8	3,5	3,5
Bolivia	4,3	4,0	3,4	3,0	3,2	3,1	2,3	3,0	4,0	3,1	4,2	3,2	3,1	3,5
Colombia	4,0	3,9	3,2	2,9	3,3	2,8	2,8	2,8	3,5	3,0	3,5	3,1	3,2	3,4
República Dominicana	4,2	3,6	3,1	3,0	3,8	3,3	2,1	2,4	3,7	2,7	4,3	3,4	3,1	3,5
Ecuador	4,6	4,7	3,3	3,0	3,2	2,9	2,6	3,2	4,1	3,1	4,1	3,8	3,3	3,2
Guatemala	3,9	4,0	3,4	3,1	3,8	3,4	3,0	3,2	3,8	3,2	4,3	3,2	3,4	3,5
Panamá	4,4	4,3	3,5	3,0	3,0	3,1	2,3	3,1	3,9	3,2	4,2	3,3	3,1	3,4
Perú	4,2	4,1	3,4	3,4	3,5	3,1	2,4	3,1	4,2	3,1	3,9	3,5	3,1	3,4
Venezuela	3,3	3,3	3,2	2,9	3,0	3,1	2,9	2,3	3,5	2,7	3,8	3,7	2,7	3,4

# El Índice Global de Competitividad de la región, preocupa.

Entre los factores que perjudican la competitividad están desviación de recursos públicos, falta de transparencia en las decisiones y ejecución de políticas públicas, favoritismos en decisiones gubernamentales

PAÍS	RANKING	PUNTAJE
Argentina	85/131	3.87
Brasil	72/131	3.99
Uruguay	75/131	3.97
Paraguay	121/131	3.30

Fuente: "The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum 2007  
131 economías evaluadas

**Las reformas y regulaciones emprendidas a favor de los negocios, no ponen a la región en condiciones competitivas.**

<b>PAÍS</b>	<b>RANKING 2009</b>	<b>RANKING 2008</b>
Argentina	113	102
Brasil	125	126
Uruguay	109	113
Paraguay	115	108

Doing Business. Banco Mundial 178 economías evaluadas

## **Un entorno ....**

- **Alta percepción de comportamientos no éticos y de corrupción**
  - **Baja denuncia**
- **Débil implementación de medidas para proteger a la empresa y sus relaciones de negocio de este ambiente**
- **Percepción de las prácticas no éticas (legales o ilegales) y corruptas son funcionales a corto plazo**
  - **Gran desconfianza en sus competidores**

**¿Quién da el primer paso?**

## ¿Qué deben hacer las empresas?

- Asumir que hay un problema
- Dirigir acciones responsables para su solución
- Derivar resultados-beneficios de sus acciones



## Hay un marco internacional que compromete de manera creciente al sector privado:

### Convención Anti-corrupción de las Naciones Unidas

#### Principios de libre adhesión

Global Compact (10º Principio Anticorrupción),

- Principios PACI - Partnering Against Corruption.
- Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno
- Caux Round Table

#### Guías

- Reglas de conducta contra la extorsión y el soborno de la Cámara de Comercio Internacional.
- Lineamientos de la OCDE para multinacionales y para contrarrestar el soborno en agencias de crédito exterior

#### Incentivos del Mercado

- FTSE4Good Index Series – Countering Bribery Criteria
- Dow Jones sustainability indexes.

Primer mensaje

**Una empresa socialmente responsable es una  
empresa ética y transparente**

Segundo mensaje

**Invertir en ética y transparencia  
genera dividendos**

Tercer mensaje

**Corrupción, un problema  
Alguien debe dar el primer paso**

**Cuarto mensaje**

**Hay experiencias de las cuáles aprender**

# II Parte

INSTITUTO  
**ETHOS**

---



Corporación

**TRANSPARENCIA  
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

## **En su país**

- **¿Cuáles son los riesgos de corrupción presentes en las relaciones de negocios público-privada y entre privados?**
- **¿Qué medidas sugiere emprender para prevenir y combatir la corrupción?**
- **¿En concreto, qué pueden hacer los empresarios para luchar contra la corrupción?**

**•Trabajo en grupos (5),  
preferencialmente por países**

**•Presentación en plenaria**

# III Parte

INSTITUTO  
**ETHOS**

---



Corporación

**TRANSPARENCIA  
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

## **Cuarto mensaje**

**Hay experiencias de las cuáles  
aprender**

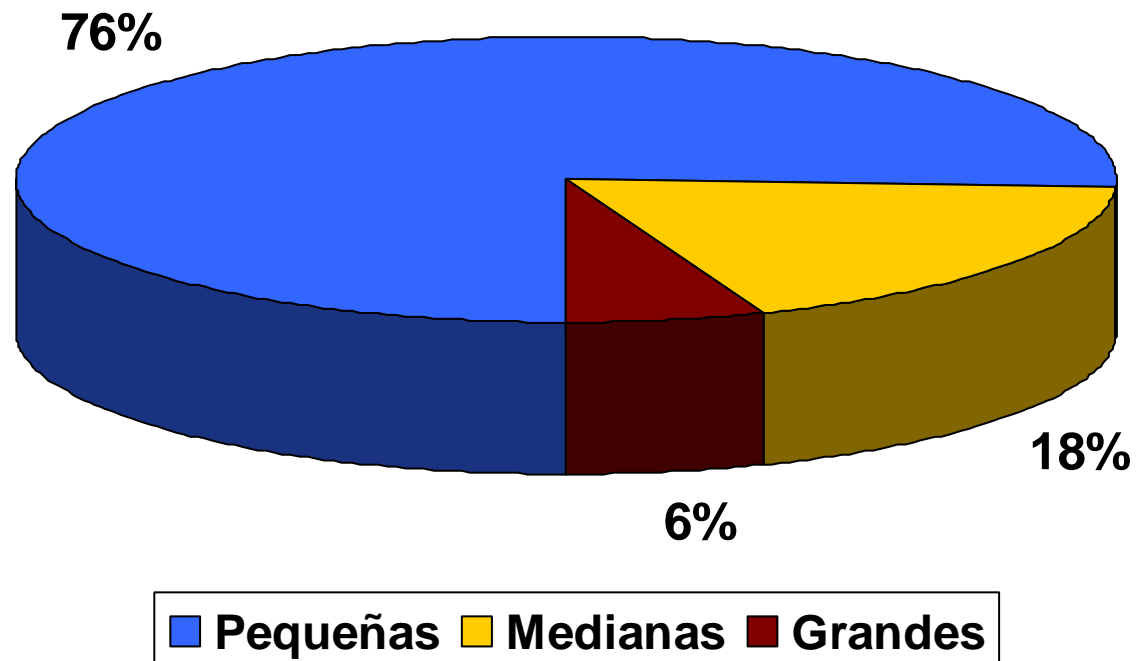
## **Cuatro experiencias:**

- **Pacto empresarial por la integridad y contra la corrupción**
- **Acuerdos Sectoriales Anti-corrupción**
- **Rumbo Pymes íntegras y transparentes**
- **Principios Empresariales contra el Soborno**

# LAS PYMES

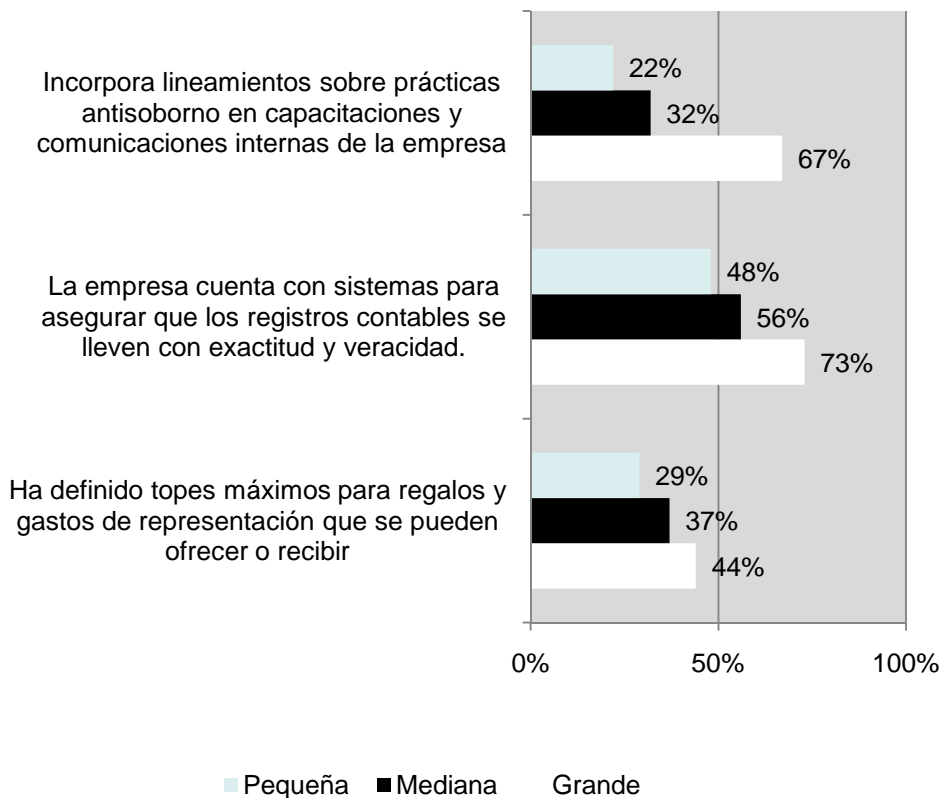


En Colombia existen aproximadamente **64.200** pequeñas y medianas empresas.

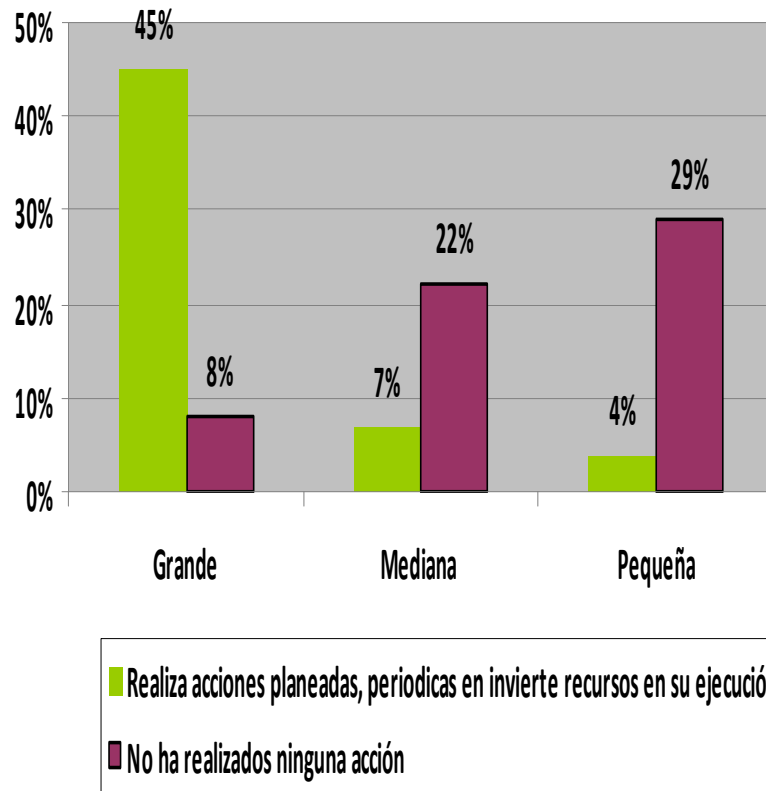


**TOTAL PYMES**  
94 %

## Comparativo grandes, medianas y pequeñas



## ¿En qué nivel considera que está su empresa frente a las acciones para contrarrestar el soborno?





## Ética y anticorrupción en la cadena de valor

10 Grandes empresas y más de 200 PYMES trabajan para alinear sus criterios de actuación éticos, incorporar la ética al modelo de gestión, creando valor y confianza en las relaciones de negocio

- Medición de clima ético
- Declaración de compromisos éticos
  - Principios para contrarrestar el soborno
    - Liderazgo ético
    - Capacitación en ética
    - Resolución ética de conflictos
  - Toma de decisiones con sentido ético
  - Gobernabilidad en empresas familiares
- Fortalecimiento de canales de comunicación



# Beneficios para la Gran Empresa y su Cadena de Valor

- Fortalece la cadena de valor, a través del desarrollo integral de las empresas que la componen.
- Genera confianza y prevención de riesgos en las relaciones de negocios.
- Promueve una cultura de cumplimiento y calidad en los productos y servicios.
- Crea un factor de diferenciación en las relaciones comerciales.
- Genera mayor prestigio y reputación frente a los grupos de interés.
- Plantea una forma concreta de asumir la Responsabilidad Social Corporativa.



## Beneficios para las Pymes

- Mejoramiento de su reputación.
- Diferenciación en el mercado.
- Prevención de riesgos de Corrupción.
- Fortalecimiento de equipos de trabajo.
- Desarrollo de la estructura organizacional .
- Mejor respuesta a tendencias internacionales en materia de lucha contra la corrupción y ética empresarial en el sector privado.
- Desarrollo de capacidad para competir en un mercado globalizado.



## **Dificultades**

### **Para lograr la vinculación de Pymes:**

- Foco inmediatista para mantenerse en el mercado.
- Visión de negocios cortoplacista.
- Recursos limitados.

### **Para Concertar y Avanzar Alianzas:**

- Temor a perder ventajas competitivas por exigir programas de ética y anticorrupción como requisito en sus relaciones comerciales.
- Falta transparencia en las prácticas empresariales.
- El poder de influencia es menor del que creen tener en el ámbito meramente voluntario.



## **Acuerdos sectoriales anticorrupción entre competidores**



# El Problema



Desde las empresas:

Prácticas de corrupción en las relaciones de negocios del sector, especialmente en las ventas hacia el sector público.

- Desconfianza en el mercado y pérdida de credibilidad del sector
  - Pérdida de recursos públicos por sobrecostos
- Disminución de la calidad de la infraestructura de servicios básicos
  - Reducción de ingresos en las empresas
  - Reducción de oportunidades de negocio

**¿Cómo combatir la corrupción?**



## Un Acuerdo de autorregulación: una alternativa.

- Aborda de forma concreta la lucha contra la corrupción desde el sector privado.
  - Responde a una acción colectiva entre competidores.
    - Define y consensúa estándares comunes.
    - Permite un efecto demostrativo frente a terceros.
- Genera convicción sobre la capacidad de autorregularse, dictarse sus propias reglas.
  - Promueve el respeto a la ley.



# Compañías participantes

## Acuerdo firmado el 13 de abril de 2005

- AMERICAN PIPE AND CONSTRUCTION.
- ETERNIT COLOMBIANA S.A.
- COLOMBIANA DE EXTRUSIÓN – EXTRUCOL S.A.
- FLOWTITE ANDERCOL S.A.
- PVC GERFOR S.A.
- PAVCO S.A.
- CELTA S.A.
- TITAN MANUFACTURAS DE CEMENTO S.A.
- TUBOTEC S.A.
- TUVINIL S.A.
- PAM COLOMBIA S.A.

- Representan el 95% de las ventas de tuberías a nivel nacional.
  - Reúnen el 100% de los fabricantes que venden al Estado.
  - Tienen operación a nivel nacional e internacional.

# El Acuerdo, paso a paso



## 1. Identificación de riesgos asociados al problema

- Falta de una cultura corporativa anticorrupción
- Ausencia de estándares éticos internos
- Debilidades en la política de precios
- Permisividad con las prácticas de soborno en el esquema de distribución
- Falta de transparencia en la contratación

2. Definición de medidas para contrarrestar los riesgos.

3. Mecanismos de cumplimiento: comité de ética y sanciones.

4. Monitoreo

# ¿Por qué las empresas continúan en el Acuerdo?



- Creen que reduce la corrupción.
- Prefieren un esquema autorregulador basado en reglas comunes.
  - Estimula la vigilancia entre pares.
  - Mantiene un espacio de diálogo abierto.
  - Es un medio de reconocimiento.

# Retos



- Manejar la desconfianza y escepticismo sobre el cumplimiento del Acuerdo en un entorno competitivo.
- Impulsar a las empresas a perder el temor a denunciar las transgresiones del Acuerdo.
- Continuar construyendo medidas frente a riesgos.
- Mantener el compromiso de los empresarios a través de un sistema de evaluación y seguimiento.
- Formalizar la extensión del Acuerdo a distribuidores.

# Reflexión Final

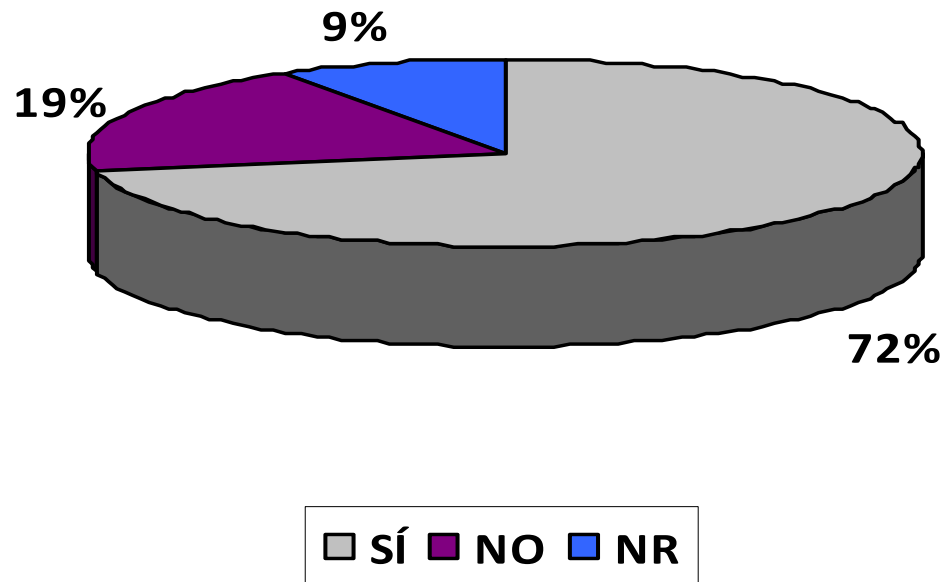


- El Acuerdo es un proceso en continua construcción.
- La corrupción no se elimina al suscribir el Acuerdo. Es solo el comienzo.
- El reto permanente es construir relaciones confiables, responsables y transparentes entre competidores.
- El fortalecimiento del Acuerdo y el logro de los resultados requiere mantener el dialogo abierto y sincero sobre los problemas y las soluciones, monitorear progresos y avanzar continuamente sobre las dificultades

# **Principios Empresariales para contrarrestar el Soborno**

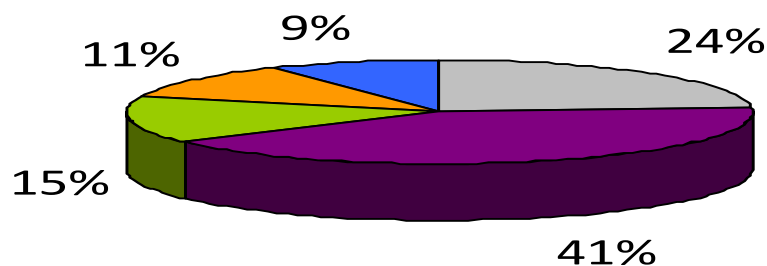
## Se reconoce la utilidad de las prácticas propuestas en los “Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno”, T.I

¿Considera que las practicas empresariales que usted aplica y a las que se refieren las anteriores preguntas sirven para combatir el soborno?



# Pese a reconocer la utilidad de las practicas, los niveles de implementación no son satisfactorios

**¿En qué nivel considera que está su empresa frente a las acciones para contrarrestar el soborno?**



- No ha realizado ninguna acción
- Realiza acciones esporádicas e intuitivas
- Realiza acciones planeadas y periódicas
- Realiza acciones planeadas, periódicas e invierte recursos para su ejecución
- NS/NR



## Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno de T.I

- La empresa prohibirá el soborno en cualquiera de sus formas, ya sea directo o indirecto.
- La empresa se comprometerá a implementar un programa para combatir el soborno.
- Formas de soborno:
  - **Soborno común**
  - **Pagos de facilitación**
  - **Contribuciones políticas**
  - **Patrocinios y donaciones**
  - **Regalos, hospitalidad y gastos**



# Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno

PROCESOS INTERNOS	PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN LOS PROCESOS INTERNOS DE LA EMPRESA
<b>Organización y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Convocar y concretar en forma directa la voluntad política de los directivos empresariales en cabeza de su representante legal</li><li>•Responsabilizar a la Junta Directiva de liderar y respaldar a la gerencia en la implementación del programa contra el soborno.</li></ul>
<b>Controles internos y auditorías</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•La empresa deberá mantener libros y archivos exactos, que documenten apropiada y equitativamente todas las transacciones financieras. La empresa no deberá mantener cuentas fuera de libros.</li></ul>
<b>Canales de comunicación</b>	<p>Proveer canales de orientación y denuncias seguros y accesibles a empleados sin que corran ningún riesgo de sufrir represalias.</p>
<b>Recursos humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Incorporar política contra el soborno en procesos de contratación, capacitación y evaluación del desempeño.</li></ul>
<b>Capacitación y Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Capacitar a empleados sobre la política y riesgos de soborno existentes en las relaciones de negocios de la empresa.</li><li>• Divulgar la política contra el soborno tanto interna como externamente.</li></ul>

# Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno



RELACIONES DE NEGOCIO	PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN SUS RELACIONES DE NEGOCIO.
<b>Subsidiarias y Empresas conjuntas (joint ventures), representantes, contratistas y proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Realizar due diligence</li><li>•Hacer extensiva la política anticorrupción de la empresa e involucrarlos en su cumplimiento</li><li>•Incluir cláusula de terminación en contratos</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>•No canalizar ni permitir pagos indebidos a través de los representantes.</li><li>•Remuneración proporcional a los servicios que presten.</li></ul>

# Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno



RELACIONES DE NEGOCIO	PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN SUS RELACIONES DE NEGOCIO.
<b>Subsidiarias y Empresas conjuntas (joint ventures), representantes, contratistas y proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Realizar due diligence</li><li>•Hacer extensiva la política anticorrupción de la empresa e involucrarlos en su cumplimiento</li><li>•Incluir cláusula de terminación en contratos</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>•No canalizar ni permitir pagos indebidos a través de los representantes.</li><li>•Remuneración proporcional a los servicios que presten.</li></ul>