

LA IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN DE LA INTEGRIDAD EN EL SECTOR PRIVADO

Contraloría General de la Unión (CGU)

1. La importancia de la promoción de la integridad en el sector privado

La corrupción, considerada como el abuso de poder público para obtener beneficios privados, es uno de los obstáculos mayores para el desarrollo económico y social en el mundo entero. Considerando que este fenómeno también distorsiona la lógica de la competencia justa y leal y minimiza el crecimiento de los mercados, el sector privado, conjuntamente con el gobierno y la sociedad civil, es un componente fundamental para la efectividad de las políticas anticorrupción. En este sentido, diversas empresas en el mundo entero están adoptando políticas de integridad con el objetivo de fortalecer el ambiente de negocios.

Las empresas pueden contribuir a enfrentar la corrupción al tomar una posición afirmativa para la prevención y el combate del mal por medio de la puesta en marcha de prácticas de integridad capaces de crear referencias para las relaciones socialmente responsables con el gobierno, con la sociedad y con los diferentes niveles de gobierno y esferas del Estado. Reflejando principios éticos, la empresa consolida y transmite su postura internamente y ante los agentes externos, tales como clientes, proveedores, comunidades en que desarrolla sus actividades, además del público en general.

2. ¿Qué significa ser una empresa íntegra?

Una empresa íntegra es la que incentiva y promueve buenas prácticas corporativas internamente y externaliza estas prácticas a sus socios – clientes, proveedores, etc. - diseminando sus valores y formando una red que adopta una conducta responsable y actúa con miras a la construcción de una sociedad comprometida con valores éticos.

Una empresa íntegra debe comprometerse a divulgar su legislación anticorrupción a sus funcionarios y colaboradores, con el objetivo de que sean cumplidas integralmente. Además, debe vedar cualquier forma de soborno, trabajar por la legalidad y transparencia de las informaciones, particularmente las que implican contribuciones para campañas políticas. Desde este punto de vista, la elaboración de un código de conducta que establezca los valores éticos a ser seguidos y las normas con relación al comportamiento de sus agentes es el hito inicial para que la empresa explicita lo que espera de quienes se relacionan con ella.

Además de la elaboración de un código de conducta, la empresa debe pautar sus procesos de selección de personal en principios éticos, establecer mecanismos de divulgación y cumplimiento del código de conducta, crear un comité de ética con responsabilidad educativa y de monitoreo, además de instituir sistemas de control interno y auditoría con autoridad suficiente para reducir la vulnerabilidad de la organización frente a los riesgos existentes, buscando identificar y corregir eventuales desvíos con relación a políticas de la empresa, parámetros y directrices.

3. Actuación de la CGU

Conciente de esta realidad, la Contraloría General de la Unión (CGU) está trabajando en asociación mancomunada con el sector privado con el propósito de reforzar la importancia del rol de las empresas en la promoción de un ambiente de integridad y en el combate a la corrupción. La creación de esta página es otra acción que busca proporcionar aclaraciones y orientar a las empresas interesadas en promover y fomentar prácticas de integridad en su ambiente corporativo. Verifique las demás acciones de la CGU destinadas a incentivar a las empresas a adherir a políticas de integridad en su ambiente corporativo y a contribuir con las empresas comprometidas con la integridad y el combate a la corrupción:

a. Creación y mantenimiento del Registro de Empresas No Idóneas o Suspensas – CEIS en el Portal de la Transparencia – www.transparencia.gov.br.

b. Creación del site (www.cgu.gov.br/ocde) y distribución de folletos sobre la Convención de la OCDE sobre el Soborno de Funcionarios Públicos Extranjeros en Transacciones Comerciales Internacionales a más de 20.000 empresas exportadoras.

c. Envío de Avisos Ministeriales a decenas de empresas exportadoras con miras a divulgar la Convención de la OCDE y la criminalización del acto de soborno de funcionarios públicos extranjeros en transacciones comerciales internacionales, prevista en el artículo 337-B del Código Penal.

d. Cooperación con el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social con el objetivo de apoyar la Campaña 'Empresa Limpia'.

e. Publicación del [Manual "La Responsabilidad Social de las Empresas en el Combate a la Corrupción"](#) en junio de 2009, en asociación mancomunada con la Oficina de las Naciones Unidas sobre Drogas y Crímenes (UNODC), con realización de talleres de diálogo sobre prácticas empresariales anticorrupción.

4. Acciones Colectivas: Directrices a Empresas

Iniciativas de Pactos Sectoriales Contra la Corrupción

a) Defense Industry Initiative - DII (www.defenseethics.org)

Las empresas participantes en la DII suministran sistemas, servicios profesionales, armas, tecnología, artículos y servicios de construcción al Departamento de Defensa de Estados Unidos. Al convertirse en signatarias de la DII, las empresas se comprometen a adoptar y ejecutar los más elevados estándares de ética y de conducta íntegra en sus negocios. De esta manera, la DII busca promover una cultura ética dentro de cada empresa que participa en la industria de defensa.

De esta manera, las empresas signatarias trabajan en el sentido de compartir las mejores prácticas con el objetivo de crear una cultura organizacional en que ética y *compliance*

sean primordiales. Las empresas signatarias buscan avanzar con el objetivo de mantener los estándares éticos más elevados y de incentivar a los funcionarios a adoptar una conducta ética en la ejecución de sus actividades.

Con ese objetivo, fue creado un programa compuesto por cinco prácticas centrales y cuatro elementos programáticos que las acompañan:

- Prácticas Centrales: establecimiento de valores esenciales, compromiso del liderazgo, evaluación de riesgo, políticas claras a respecto de conductas éticas empresariales y programa regular de evaluación.
- Elementos Programáticos: plan de comunicación e iniciativas de concientización, entrenamientos para concientización, mecanismos de consulta y comunicación y códigos de conducta.

Además, al convertirse en signatarias de la DII, las empresas se comprometen a observar los seis principios orientadores de la iniciativa:

- Poseer un Código de Conducta escrito y adherir a él.
- Capacitar a los funcionarios sobre las normativas de este Código.
- Incentivar la comunicación de violaciones, en un ambiente libre de temores en lo que atañe a retaliaciones.
- Practicar la auto-gobernanza por medio de la aplicación de sistemas de monitoreo de conformidad con la legislación sobre licitaciones y de la adopción de procedimientos para la divulgación de violaciones de conducta a las autoridades competentes.
- Compartir con otras empresas las mejores prácticas para la implementación de estos principios y participar anualmente en el Foro de Mejores Prácticas realizado por la DII.
- Ser responsable con el público.

b) The Bavarian Construction Industry's Ethics Management Initiative
(www.bauindustrie-bayern.de/englisch.html)

En 1996, la Asociación de las Industrias de Construcción Civil de Bavaria, con el objetivo de promover la integridad en el sector de construcción civil y de mejorar la reputación de la industria, lanzó la Coalición para Certificación de Empresas, precalificando a empresas para su participación en licitaciones. Diez años después, la Iniciativa de gestión de la Ética fue lanzada por la Asociación, contando con la adhesión de 45 empresas del sector. El foco principal de dicha Iniciativa son las acciones anticorrupción, teniendo a la gestión ética como telón de fondo.

Para participar en la Iniciativa, las empresas tienen que comprometerse a aplicar el sistema de gestión de la ética basado en los principios de la iniciativa, aceptando ser auditadas un año después de la adhesión. En el caso de que la auditoría sea exitosa, la empresa recibe un certificado de la iniciativa y puede ser auditada nuevamente en un

período predefinido. En el caso de que la auditoría detecte problemas, la empresa tiene la oportunidad de mejorar su sistema de gestión de la ética, siendo auditada nuevamente. Después de una segunda verificación de la auditoría, si la empresa no estuviera cumpliendo los principios de la iniciativa será excluida.

Entre los puntos positivos que llevan a las empresas a participar en la Iniciativa, pueden ser mencionados, además de la mejoría de la imagen de la industria de la construcción civil y del aumento de la credibilidad de los signatarios, el crecimiento de la marcas de las empresas y del número de adhesiones de nuevos miembros y la expansión de la Iniciativa hacia otras regiones de Alemania. Con la promoción de la certificación, hay un aumento de la concientización pública, lo que se revierte en beneficios para las empresas.

5. *Cómo aplicar principios y políticas de integridad*

Es posible que las empresas enfrenten dificultades para reconocer la mejor forma para la aplicación de políticas y principios de integridad. La duda más frecuente está relacionada con el punto de partida para hacer que la organización adopte dichos principios y políticas. Esta sección presenta sugerencias propuestas por dos renombradas organizaciones internacionales - la Transparencia Internacional (TI) y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) - sobre el tema, siendo que la metodología de la OCDE es para corporaciones transnacionales. Sin embargo, cabe subrayar que no hay una receta única para todas las empresas: para cada tipo de organización hay estrategias y políticas más adecuadas a ser implementadas.

- Plan de Implementación en 6 Pasos de la Transparencia Internacional

La Transparencia Internacional – TI elaboró una estrategia de implementación de programa anticorrupción para empresas en seis pasos:

Paso 1: Adoptar políticas anticorrupción

- Obtener el compromiso de la alta administración de la empresa para el desarrollo y la adopción de política anticorrupción.
- Decidir por la implementación de un Programa Anticorrupción.
- Optar por una política de transparencia.
- Indicar a gerentes y funcionarios multisectoriales para participar en el Equipo del Proyecto.

Paso 2: Planificar la puesta en marcha (acciones a ser realizadas por el Equipo del Proyecto)

- Definir los riesgos específicos de la empresa y rever las prácticas en curso.
- Revisar las exigencias legales, con el objetivo de verificar las que necesitan ser

- modificadas o reforzadas.
- Elaborar políticas y desarrollar Programa Anticorrupción.
- Conseguir el compromiso de los gerentes y de los funcionarios

Paso 3: Desarrollar un Programa Anticorrupción detallado (acciones a ser realizadas el Equipo del Proyecto)

- Integrar las políticas anticorrupción en la estructura organizacional de la empresa y distribuir las responsabilidades.
- Rever los procedimientos en práctica en la empresa, para verificar si los mismos se adecuan al nuevo programa.
- Desarrollar un plan de implementación detallado, que deberá incluir la adaptación de las políticas de recursos humanos, los procedimientos de comunicación de la empresa y los programas de entrenamiento.
- Establecer un procedimiento de denuncias/comunicación de problemas.
- Prepararse para minimizar los posibles incidentes a lo largo del programa.

Paso 4: Implementación del Programa

- Divulgar el Programa Anticorrupción a los públicos interno y externo.
- Colocar a disposición entrenamiento para los funcionarios y socios.
- Lidar con incidentes.
- Rever las atribuciones del Equipo del Proyecto.

Paso 5: Monitoreo

- Revisar regularmente las prácticas de la empresa y el programa anticorrupción.
- Aprender con los incidentes ocurridos.
- Contratar a auditores externos.
- Revisar los procedimientos adoptados para recibir denuncias/comunicación de problemas.

Paso 6: Evaluación y Perfeccionamiento

- Recibir el feedback del monitoreo.
- Evaluar la efectividad del Programa.
- Perfeccionar el Programa.
- Informar las conclusiones a la Administración.
- Revisar y aprobar el Programa por la Administración.

Para mayor información, ingrese al [plan completo](#) en el website de la Transparencia Internacional.

Directrices de la OCDE para corporaciones transnacionales:

Los lineamientos de la OCDE para corporaciones transnacionales tienen el objetivo de asegurar que las actividades de estas empresas estén en armonía con las políticas gubernamentales de su país y de los países donde operan, con miras a fortalecer bases de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las cuales ellas realizan operaciones, contribuyendo, entre otros aspectos, a mejorar el clima para inversiones extranjeras.

Las Directrices están divididas en categorías tales como corrupción (combate al soborno), empleo y relaciones industriales, medio ambiente, competencia, entre otras.

Con relación a la categoría sobre corrupción, la recomendación de la OCDE es que las empresas no deberán, directa o indirectamente, ofrecer, prometer, dar o pedir soborno o cualquier otra ventaja indebida para iniciar o mantener un negocio. Las empresas deberán, en particular:

1. No ofrecer ni ceder a demandas de cualquiera forma de pago contractual a los funcionarios públicos o a los empleados de los socios empresariales. No deberán utilizar contratos tercerizados, órdenes de compra o acuerdos de consulta como medios de dar dinero a funcionarios públicos.
2. Asegurarse de que los agentes sean remunerados apropiadamente y solamente por prestar servicios legítimos.
3. Aumentar la transparencia de sus actividades en el ámbito del combate a la corrupción y la extorsión. Las medidas deben incluir compromisos públicos de combate al soborno y a la extorsión, así como la divulgación de los sistemas de gestión adoptados por la empresa para cumplir esos compromisos. La empresa también deberá promover apertura y diálogo con el público con la intención de fomentar la sensibilización y cooperación del mismo en el combate al soborno y a la extorsión.
4. Promover la sensibilización de los empleados y la observancia de la política empresarial contra la corrupción y la extorsión mediante la comunicación de esta política y programas de formación y procedimientos disciplinarios.
5. Adoptar sistemas de controles de gestión que desestimulen la corrupción y las prácticas corruptas, y adoptar reglas rígidas de contabilidad financiera y fiscal, así como prácticas de auditoría para prevenir el establecimiento de cuentas "paralelas" o secretas o la creación de documentos que no registren debidamente y honestamente las transacciones a las cuales se refieren.

6. No hacer contribuciones ilegales a los candidatos políticos o a partidos políticos u otras organizaciones políticas. Las contribuciones deberán cumplir plenamente los requisitos de divulgación pública y deberán ser comunicadas a los dirigentes.

Fuente: www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf y www.fazenda.gov.br/sain/pcnmulti/diretrizes.asp

6. Buenas Prácticas para la promoción de la Integridad en el Sector Privado

a) Códigos de Conducta

¿Por qué las empresas deben desarrollar e implantar códigos de conducta?*

Las empresas deben implantar códigos de conducta porque ese documento tiene la facultad de:

- Proporcionar criterios o directrices para que las personas se sientan seguras al observar los estándares éticos.
- Garantizar la homogeneidad en la forma de abordar temas específicos.
- Aumentar la integración entre los funcionarios de la empresa.
- Favorecer un óptimo ambiente laboral que lleve a la buena calidad de la producción, alto rendimiento y, como consecuencia, la ampliación de los negocios y mayores lucros.
- Crear en los colaboradores mayor sensibilidad que les permita procurar el bienestar de clientes y proveedores y, consecuentemente, su satisfacción.
- Incentivar el compromiso de todos los involucrados en la elaboración del documento.
- Proteger intereses públicos y de profesionales que contribuyen a la organización.
- Facilitar el desarrollo de la competitividad saludable entre competidores.
- Consolidar la lealtad y la fidelidad del cliente.
- Atraer a clientes, proveedores, colaboradores y socios cuya conducta sea pautada por elevados estándares éticos.
- Agregar valor y fortalecer la imagen de la empresa.
- Garantizar la sostenibilidad de la empresa.

Una fuente interesante para la consulta sobre cómo desarrollar e implementar un código de conducta es el documento "Formulación e Implantación de Código de Ética en Empresas - Reflexiones y Sugerencias", del Instituto Ethos.

En la dirección electrónica www.s145828053.websitehome.co.uk/codesofconduct.html, puede ser consultada una guía que muestra paso a paso las etapas de creación de un Código de Conducta eficiente, dejando siempre claro que cada código es único porque debe explicitar las peculiaridades de cada empresa.

Según la 1ª Encuesta sobre Código de Ética en Brasil, realizada por el Instituto Brasileño de Ética en los Negocios, que utilizó como base de datos las informaciones que constan en la Revista EXAMEN Mejores y Mayores (2006) de la Editora Abril, el 75% de los Códigos de Ética prevén reglas de relación de los funcionarios de las empresas con sus diferentes stakeholders, demostrando la preocupación de las empresas en atender y satisfacer los intereses de todos los públicos que se relacionan con ella diariamente en sus negocios.

b) Auxilio en el Combate al Blanqueo de Dinero:

La Ley nº 9.613/98 fue aprobada con la intención de fortalecer el combate al blanqueo de dinero. Para tanto, la ley anteriormente mencionada creó el Consejo de Control de Actividades Financieras, instituyó crímenes de blanqueo u ocultación de bienes, derechos y valores y previó reglas para cooperación por parte de algunas personas jurídicas.

En lo que atañe a las empresas privadas, se observa que algunas de ellas deben cumplir ciertas obligaciones relacionadas con el combate al blanqueo de dinero. Las personas que se encuadren en la lista de instituciones del Artículo 9º están supeditadas a las disposiciones de la mencionada Ley:

Art. 9º Están sometidas a las obligaciones mencionadas en los arts. 10 y 11 las personas jurídicas que tengan, en carácter permanente o eventual, como actividad principal o accesoria, acumulativamente o no:

I - la captación, intermediación y aplicación de recursos financieros de terceros, en moneda nacional o extranjera;

II - la compra y venta de moneda extranjera u oro como activo financiero o instrumento cambiario;

III - la custodia, emisión, distribución, liquidación, negociación, intermediación o administración de títulos o valores mobiliarios.

Párrafo único. Están sometidas a las mismas obligaciones:

I - las bolsas de valores y carteras de mercaderías o futuros;

II - las aseguradoras, las corretoras de seguros y las entidades de previsión social complementaria o de capitalización;

III - las administradoras de tarjetas de acreditación o tarjetas de crédito, así como las administradoras de consorcios para la adquisición de bienes o servicios;

IV - las administradoras o empresas que utilicen tarjeta o cualquier otro medio electrónico, magnético o equivalente, que permita la transferencia de fondos;

V - las empresas de arrendamiento mercantil (leasing) y las de fomento comercial (factoring);

VI - las sociedades que efectúen distribución de dinero o cualesquiera bienes muebles, inmuebles, mercaderías, servicios, o que concedan descuentos en su adquisición, mediante sorteo o método similar;

VII - las filiales o representaciones de entes extranjeros que ejerzan en Brasil cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo, aunque sea de forma eventual;

VIII - las demás organizaciones cuyo funcionamiento dependa de autorización de órgano regulador de los mercados financiero, de cambio, de capitales y de seguros;

IX - las personas físicas o jurídicas, nacionales o extranjeras, que operen en Brasil como agentes, dirigentes, procuradoras, comisionarios o de cualquier forma representen

intereses de ente extranjero que ejerza cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo;

X - las personas jurídicas que ejerzan actividades de promoción inmobiliaria o compra y venta de inmuebles;

XI - las personas físicas o jurídicas que comercialicen joyas, piedras y metales preciosos, objetos de arte y antigüedades.

XII – las personas físicas o jurídicas que comercialicen bienes de lujo o de alto valor o ejerzan actividades que involucren gran volumen de recursos en efectivo.

Las obligaciones a las que se someten esas entidades se dividen en dos tipos: identificación de los clientes y mantenimiento de registros (artículos 10 y 10A del Capítulo VI) y comunicación de operaciones financieras (artículo 11 del Capítulo VII).

CAPÍTULO VI

De la Identificación de los Clientes y Mantenimiento de Registros

Art. 10. Las personas referidas en el art. 9º:

I - identificarán a sus clientes y mantendrán registro actualizado, en los términos de las instrucciones emanadas de las autoridades competentes;

II - mantendrán registro de toda y cualquier transacción en moneda nacional o extranjera, títulos y valores mobiliarios, títulos de crédito, metales, o cualquier activo pasible de ser convertido en dinero, que supere el límite fijado por la autoridad competente y en los términos de instrucciones por ésta expedidas;

III - deberán atender, en el plazo fijado por el órgano judicial competente, las solicitudes formuladas por el Consejo creado por el art. 14, que se procesarán en secreto de justicia.

§ 1º ante la hipótesis de que el cliente se constituya como persona jurídica, la identificación mencionada en el inciso I de este artículo deberá abarcar a las personas físicas autorizadas a representarla, así como a sus propietarios.

§ 2º Los catastros y registros referidos en los incisos I y II de este artículo deberán ser conservados durante el período mínimo de cinco años a partir de la finalización de la cuenta o de la conclusión de la transacción, plazo que podrá ser ampliado por la autoridad competente.

§ 3º El registro referido en el inciso II de este artículo será efectuado también cuando la persona física o jurídica, sus entes vinculados, hayan realizado, en un mismo mes-calendario, operaciones con una misma persona, conglomerado o grupo que, en su conjunto, superen el límite fijado por la autoridad competente.

Art. 10A. El Banco Central mantendrá registro centralizado formando el catastro general de cuenta correntistas y clientes de instituciones financieras, así como de sus procuradores.

hecho, por ejemplo, mediante comunicación de operaciones sospechosas a órganos públicos encargados de detectar y combatir la corrupción, a ejemplo del COAF, de la CGU, de los Tribunales de Cuentas y del Ministerio Público.

CAPÍTULO VII

De la Comunicación de Operaciones Financieras

Art. 11. Las personas referidas en el art. 9º:

I - dispensarán especial atención a las operaciones que, en los términos de las instrucciones emanadas de las autoridades competentes, puedan constituir serios indicios

de los crímenes previstos en esta Ley, o relacionarse con ellos;

II - deberán comunicar, absteniéndose de dar a los clientes información sobre tal acto, en el plazo de veinte y cuatro horas, a las autoridades competentes:

a) todas las transacciones que constan en el inciso II del art. 10 que superen el límite fijado, para ese fin, por la misma autoridad y en la forma y condiciones por ella establecidas, debiendo ser reunida la identificación a la que se refiere el inciso I del mismo artículo; (Redacción dada por la Ley nº 10.701, del 9.7.2003)

b) la propuesta o la realización de transacción prevista en el inciso I de este artículo.

§ 1º Las autoridades competentes, en las instrucciones mencionadas en el inciso I de este artículo, elaborarán una lista de operaciones que, por sus características, en lo que se refiere a las partes involucradas, valores, forma de realización, instrumentos utilizados, o por la falta de fundamento económico o legal, puedan configurar la hipótesis en él prevista.

§ 2º Las comunicaciones de buena fe, hechas en la forma prevista en este artículo, no acarrearán responsabilidad civil o administrativa.

§ 3º Las personas para las cuales no exista órgano propio fiscalizador o regulador harán las comunicaciones mencionadas en este artículo al Consejo de Control de las Actividades Financieras - COAF y en la forma por él establecida.

Se destaca, también, que el incumplimiento de las obligaciones mencionadas en los artículos 10 y 11 de la Ley puede llevar a la aplicación de las siguientes sanciones previstas en el artículo 12: advertencia, multa pecuniaria, inhabilitación temporaria para el ejercicio del cargo de administrador de las personas jurídicas mencionadas en el Artículo 9º y casación de la autorización para operación o funcionamiento.

Las empresas no sometidas a la disciplina de la mencionada Ley, no obstante, pueden auxiliar en el combate al blanqueo de dinero, a pesar de no estar obligadas a hacerlo.