

Compliance, una práctica en ascenso

Un estudio de IAE, indica que existe un interés unánime en el tema, aunque sólo un 48% de las firmas posee programas formalizados. La crisis financiera de 2008, el ejemplo de por qué las normas solas no bastan.

Las acciones de hoy son bombas de tiempo para mañana. Y cuando las malas acciones salgen a la luz, el impacto es enorme". Con esa frase, Matthias Kleinhempel, responsable del Centro de Gobernabilidad y Transparencia de IAE-Business School, resume la importancia del *compliance* para una empresa. No sobornar, no discriminar, no tener empleados en negro son sólo algunas de las acciones que representan la punta del iceberg de su aplicación en una compañía. De esta forma, las empresas no sólo limitan riesgos, sino que también pueden generar una mayor ventaja competitiva al cuidar su reputación en el largo plazo.

Según el estudio "Prácticas de transparencia en empresas líderes de Argentina", realizado por el Centro de Gobernabilidad y Transparencia y la consultora Ipsos en base a las 104 empresas más grandes por facturación de la Argentina, la problemática en torno a las buenas prácticas de negocios es considerada de suma importancia para la competencia de la empresa dentro de su industria (73%), mientras que el 81% lo cree significativo para las operaciones dentro de la compañía mismas. De las más de 100 firmas encuestadas para el estudio, el 71% pertenece a la rama de productos y



La implementación de estos programas creció un 32% entre 2005 y 2009.

servicios industriales y de consumo; mientras que el 61% son compañías subsidiarias de una casa matriz internacional y el 38% son independientes. "Si las empresas cotizan en Bolsa, la aplicación del *compliance* se vuelve aún más sensible", especifica el responsable del centro del IAE.

Una figura clave

Pero más allá de los datos positivos, tan solo el 48% de las compañías aplica programas de *compliance* formalizados, de las que un 98% posee código de ética, el 94% realiza auditorías, así como también ofrece a su personal entrenamiento (94%), *hotlines* para denuncias (82%) y para ayuda (70%). Eso sí: el 100% de las empresas encuestadas demuestra un interés genuino en el tema y el 81% considera que la transparencia es substancial. Es que según Kleinhempel, se han efectuado grandes pasos en la incorporación de normas de *compliance* en la Argentina en los últimos años, puesto que los códigos de ética son utilizados por el 74% de las 104 empresas. "La implementación de programas de *compliance* creció un 32% entre 2005 y 2009, lo cual

significa que la mitad de las organizaciones relevadas tiene una política de este tipo formalizada", afirma Kleinhempel.

Una de las cuestiones más importantes a la hora de sumergirse en el acontecimiento de adquirir un programa de *compliance* es poder definir quién será el encargado de aplicar las normas que se llevarán a la práctica. Por ello, recae sobre el *Compliance Officer* una gran responsabilidad, pues se convertirá en el encargado de extender estas reglas a toda la cadena de valor. No obstante, sólo un 38% posee esta figura en su empresa y de ese grupo un 62% posee un *Ethics Officer* que trabaja *full time*. Además de verificar el cumplimiento de las normas internas y externas, el profesional realiza auditorías *in house*, vela por el cumplimiento del código de

ética, recibe denuncias, identifica riesgos operativos, actualiza normas y prácticas, y cuida el cumplimiento del programa, entre otras cuestiones. Asimismo, en la mitad de estas empresas este oficial reporta directamente al CEO, mientras que un 13% lo hace al CFO y un 10% al director de legales.

Exigencias crecientes

La sociedad, el marco legal y la ventaja competitiva son tres características que ejercen gran presión sobre las empresas. "La sociedad ya no tolera que las compañías no cumplan con las normas", afirma el profesor de Política de Empresa del IAE, quien enfatiza que tanto los consumidores como los talentos jóvenes buscan empresas que tengan una buena conducta. "Hay una guerra por los talentos en el mundo. Si la reputa-

¿Qué significa *compliance*?

Significa adherir a una norma, política o ley. Cuando se habla de *compliance* regulatoria, se hace referencia a la meta que las organizaciones o agencias estatales se fijan en sus esfuerzos para que su personal conozca y tome acción hacia el cumplimiento de leyes y normas relevantes. El término es sinónimo de buenas prácticas en los negocios

El ADN del *compliance*

- 100% de las empresas está trabajando y se muestra interesada en el tema
 - 81% considera la transparencia importante
 - 48% tiene un programa formalizado en la materia
 - 38% tienen *compliance officers*
 - 73% considera al tema como importante para competir en la industria y un 81% para competir en la compañía
 - 74% utiliza códigos de ética
- Base: 104 empresas

ción se ve dañada, es una gran desventaja a la hora de atraerlos a la compañía", adhiere.

No obstante, Kleinhempel destaca que "una regulación ética no alcanza sólo con las normas", sino que debe ser un "sinónimo de buenas prácticas de negocios". "Las normas no nos mejoran, la aceptabilidad social sí", dice. Y ejemplifica: "El sector financiero de los Estados Unidos era uno de los más regulados en el mundo. Y así y todo, ocurrieron todos escándalos que se conocieron a fines de 2008".

Para mejorar las buenas prácticas de negocios en nuestro país, las 104 empresas encuestadas consideran que se debe entrenar a los integrantes de una organización, a la vez que corresponde extender los códigos de conducta a terceros y continuar la aplicación de programas de *compliance*. Si bien existe un efecto de drenaje de las empresas grandes a las medianas en la aplicación del *compliance*, las compañías incorporan de a uno, paso a paso, los elementos que componen las buenas prácticas de negocios.

Con el objetivo de incrementar la presencia del *compliance* en la Argentina -donde aún no existe una regulación específica-, el Centro de Gobernabilidad y Transparencia del IAE ofrece una plataforma de intercambio y *networking* para CEOs, CFOs y COs. "Queremos cooperar con ONGs y otras universidad para darle impulso y que tenga efecto", concluye Kleinhempel.

Jorgelina do Rosario

TENDENCIAS

El *compliance* mejora

La implementación de estas prácticas creció nada menos que un 32% en los últimos cinco años, de acuerdo a una reciente investigación del IAE.

pág. XII