



ÉTICA CORPORATIVA





AGENDA

ÉTICA CORPORATIVA

- | | |
|-------------|--|
| 07:30 a. m. | Instalación |
| 08:00 a. m. | Corrupción y Ética Corporativa |
| 08:10 a. m. | Resultados del Taller 1 - Propuesta |
| 08:20 a. m. | Trabajar en zonas de difícil gobernabilidad, Derechos humanos y sindicalismo |
| 08:40 a. m. | Resultados del Taller 2 - Propuesta |
| 08:50 a. m. | Intervención panel de invitados |
| 09:30 a. m. | Espacio para preguntas |
| 10:15 a. m. | Propuesta de trabajo |
| 10:45 a. m. | Cierre |



AGENDA

ÉTICA CORPORATIVA

Instalación

Corrupción y Ética Corporativa

Resultados del Taller 1 - Propuesta

Trabajar en zonas de difícil gobernabilidad, Derechos Humanos y sindicalismo

Resultados del Taller 2 - Propuesta

Intervención panel de invitados

Espacio para preguntas

Propuesta de trabajo

Cierre





AGENDA

ÉTICA CORPORATIVA

Instalación

Corrupción y Ética Corporativa

Resultados del Taller 1 - Propuesta

Trabajar en zonas de difícil gobernabilidad, Derechos Humanos y sindicalismo

Resultados del Taller 2 - Propuesta

Intervención panel de invitados

Espacio para preguntas

Propuesta de trabajo

Cierre



Ética y transparencia, un buen negocio

www.transparenciacolombia.org.co
mflorez@transparenciacolombia.org.co



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**



¿Por qué 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



¿Por qué 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**



Índice de Percepción de la Corrupción 2007

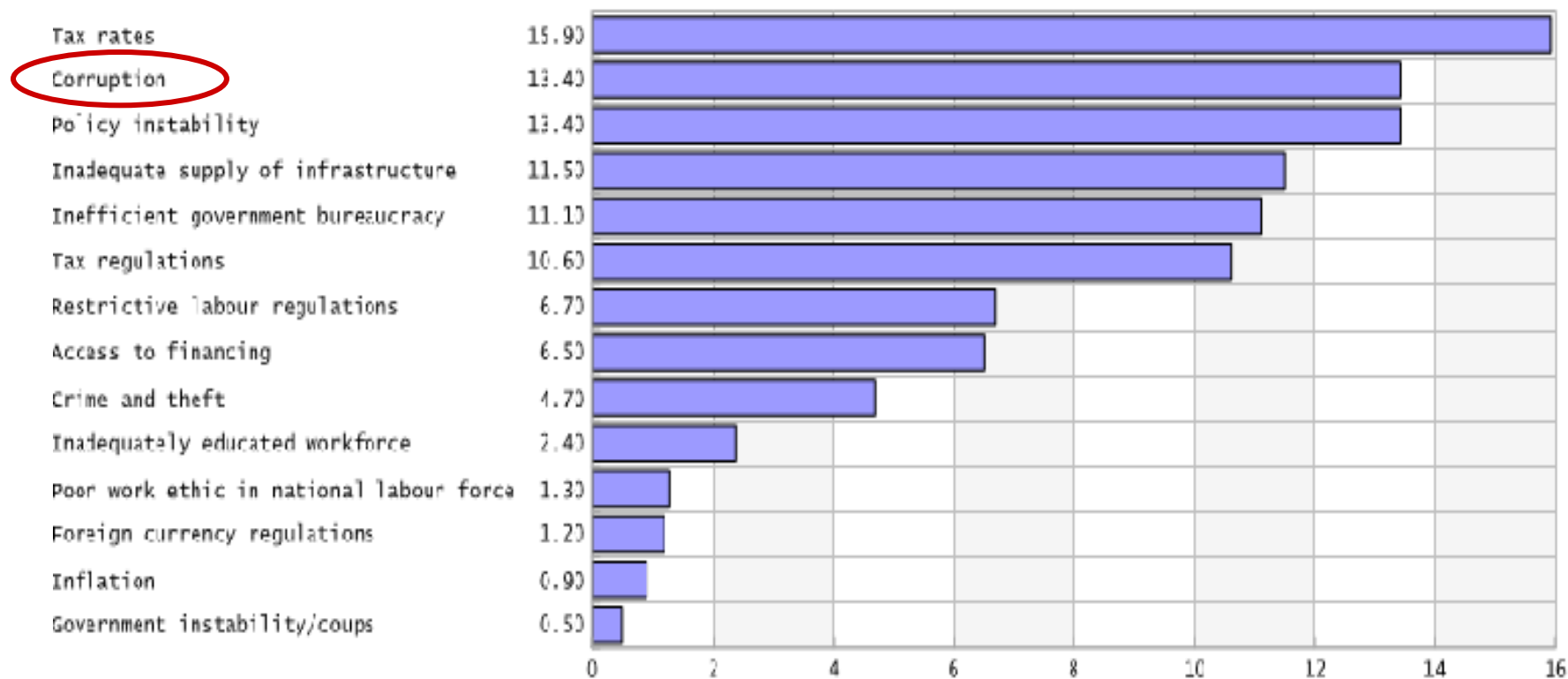
Rango del país	País	Puntuación 2007
1	Nueva Zelanda Dinamarca Finlandia	9.4
22	Chile	7.0
25	Uruguay	6.7
68	Colombia	3.8
180	Myanmar	1.4

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



Un entorno poco sano preocupa

La **corrupción** es uno de los factores que más dificultan la realización de negocios para las empresas colombianas.



Fuente: World Economic Forum 2007.



Un entorno poco sano preocupa

- 91% de los empresarios considera que hay empresarios que ofrecen sobornos en sus negocios. Transparencia y U.Externado 2007
- Un 16,92% considera que el empresario interesado es quien ofrece soborno. Probidad 2007. Confecámaras
- El 28,4% de los empresarios fueron víctimas de algún tipo de solicitud de dinero, favores o regalos a cambio de algún servicio por parte de un funcionario del Estado. Tan solo un 8,52% denunció efectivamente el caso. Probidad 2007. Confecámaras
- 72.6% de los empresarios desconfían de sus competidores. Probidad 2007. Confecámaras
- El 11% de los empresarios afirma tener programas integrales y continuos e invierte recursos contra el soborno. Transparencia y U.Externado 2007

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 cuales aprender



Hay experiencias de las cuales aprender

**Transparencia por Colombia ha impulsado algunas
iniciativas con importantes aliados**



Acuerdos sectoriales anticorrupción entre competidores

Estándares comunes e implementar prácticas anticorrupción entre empresarios competidores de un mismo sector de negocios, con un sistema de seguimiento y sanciones.

- Identificación de riesgos de soborno
- Definición de medidas para contrarrestarlos
- Establecimiento de mecanismos de cumplimiento

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



¿Quiénes somos?

- Organización sin ánimo de lucro creada en 1998
- Capítulo Nacional de Transparencia Internacional
- Constituida por empresas, fundaciones, ONG, universidades y personas



Ciudadanía organizada
que ejerce control social

Sector privado
que invierte en Colombia

Sector público
responsable de la
gestión del Estado

Herramientas + información y conocimiento + políticas públicas



¿Qué buscamos?

Sector privado

Incorpore la cultura de la ética, la transparencia y la lucha contra la corrupción a su práctica organizacional y en sus relaciones con otros actores



ÉTICA CORPORATIVA

