

Nº 20 TERCERA ENCUESTA NACIONAL
SOBRE PRÁCTICAS CONTRA EL
SOBORNO EN EMPRESAS COLOMBIANAS

-Resultados-

Universidad
Externado
de Colombia



Corporación
**TRANSPARENCIA
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

Corporación Transparencia por Colombia

JUNTA DIRECTIVA
 Eulalia Arboleda de Montes
 Guillermo Carvajalino Sánchez
 Andrés Echavarría Olano
 Esperanza González Rodríguez
 Fernando Jaramillo Giraldo
 Alejandro Linares Cantillo
 Rosa Inés Ospina Robledo
 Daniel Alfonso Perea Villa

CONSEJO RECTOR
 Andrés Echavarría Olano
 Alejandro Linares Cantillo
 Rosa Inés Ospina Robledo

DIRECTORA EJECUTIVA
 Elisabeth Ungar Bleier

Universidad Externado de Colombia

RECTOR
 Juan Carlos Henao Pérez

**DECANO FACULTAD DE
 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**
 Alejandro Beltrán Duque

**DIRECTOR DE INVESTIGACIONES
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**
 Carlos A. Restrepo Rivillas

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE LA ENCUESTA

Corporación Transparencia por Colombia
Directora Área Sector Privado
 Carolina Cadavid Bovin

Profesional Sector Privado
 Sandra Palacio Cardozo

Análisis de Resultados y Cartografía
 Juan Carlos Carvajal Burbano

**Universidad Externado de Colombia–
 Facultad de Administración de Empresas**
Director del Proyecto
 Gustavo A. Yepes López
Director Gestión Social

Investigador
 Carlos A. Restrepo Rivillas

Estadístico
 Miguel Ángel Rodríguez

Asistente
 Laura Lucía Velásquez Villalba

CORPORACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA
 PBX: (571) 235 0900 | Fax. (571) 346 3262
 Carrera 8 No. 69–60
 Bogotá – Colombia
transparencia@transparenciacolombia.org.co
www.transparenciacolombia.org.co
www.twitter.com/transparenciaco

EDICIÓN
 Carolina Cadavid B. - Juan Carlos Carvajal B.
 - Sandra Palacio C.

REALIZACIÓN GRÁFICA
 Victoria Peters R. – Daniel Fajardo B.

IMPRESIÓN
 Gráficas Gilpor Ltda.

C O N T E N I D O

PRESENTACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA EN COLOMBIA LAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES CONTRA EL SOBORNO SON AÚN INCIPIENTES	5
PRESENTACIÓN UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA UNA INICIATIVA MÁS POR EL RECHAZO A LA CORRUPCIÓN.....	7
1. CONTEXTO	9
2. MARCO CONCEPTUAL DE LA ENCUESTA	29
3. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA	35
4. METODOLOGÍA	39
5. RESULTADOS	49
5.1. PERCEPCIÓN SOBRE LA OCURRENCIA DEL SOBORNO EN COLOMBIA Y MODALIDADES UTILIZADAS PARA SOBORNAR	
5.2. PERCEPCIÓN SOBRE MOTIVACIONES Y PRESIONES PARA SOBORNAR EN EL ENTORNO DE LOS NEGOCIOS, PORCENTAJES DE LOS CONTRATOS DESTINADOS AL SOBORNO Y SECTORES DE MAYOR INFLUENCIA SOBRE EL ALTO GOBIERNO	
5.3. PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN SUS DIFERENTES MODALIDADES	
5.4. PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN PROCESOS INTERNOS DE LA EMPRESA	
5.5. PRÁCTICAS PARA PREVENIR EL SOBORNO EN RELACIONES CON TERCEROS	
5.6. PERCEPCIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LAS PRÁCTICAS IMPLEMENTADAS	
5.7. INCENTIVOS Y OBSTÁCULOS PARA IMPLEMENTAR PRÁCTICAS DE PREVENCIÓN	
5.8. NIVEL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRÁCTICAS	
5.9. CONOCIMIENTO SOBRE EL ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN	
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
7. ANEXO METODOLÓGICO	91

EN COLOMBIA LAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES CONTRA EL SOBORNO SON AÚN INCIPIENTES

Nunca antes la actividad de las empresas privadas había tenido impactos tan claros sobre la prosperidad económica, la estabilidad política, y la sostenibilidad ambiental de las sociedades. No obstante, los escándalos de fraude y corrupción en el sector privado alrededor del mundo han puesto el foco en la vulnerabilidad de las empresas y, sobre todo, en su corresponsabilidad en la lucha contra el soborno y la corrupción. Las empresas son cada vez más conscientes que la corrupción pone en riesgo la reputación, sostenibilidad y competitividad de su negocio.

En el escenario internacional se han dado avances significativos en la creación y difusión de iniciativas de regulación y autorregulación contra el soborno, y hoy se cuenta con estándares adecuados y probados para que las empresas desarrollen y evalúen sus políticas antisoborno, como son los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno de Transparencia Internacional y Social Accountability. Colombia no ha sido ajena al desarrollo y difusión de estas prácticas, y desde Transparencia por Colombia hemos invitado a empresas de todos los tamaños y sectores a aplicar dichos Principios y a trabajar en la generación de una cultura de prevención del soborno.

El soborno produce efectos perversos sobre la actividad privada y sobre el funcionamiento de la sociedad: es una de las prácticas que más distorsiona los mercados al frustrar la competencia y los precios justos; afecta a los usuarios finales de productos y servicios; constituye una amenaza generalizada para lograr buenos resultados de manera sostenible en las empresas; afecta la capacidad de las compañías para generar valor para todas las partes interesadas y de desarrollar sus políticas de responsabilidad social corporativa; aumenta los costos y provoca incertidumbre; pone en riesgo el prestigio y reputación de las empresas; debilita el ánimo y compromiso de los empleados; y socava el funcionamiento de las instituciones públicas.

Por ello, con la realización de esta Segunda Encuesta Nacional sobre Prácticas contra el Soborno en Empresas Colombianas, la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia y Transparencia por Colombia, pretendemos seguir generando incentivos para que el sector empresarial adopte e implemente prácticas antisoborno para que permitan abordar y prevenir riesgos de integridad en sus empresas, estimular a más empresas a decir no al soborno y aplicar estándares empresariales de integridad, transparencia y rendición de cuentas.

Los resultados de esta segunda encuesta nos indican que la lucha contra el soborno en Colombia tiene aún muchos retos por delante. Entre la primera y la segunda encuesta, ha aumentado en dos puntos el porcentaje de empresarios que percibe que se ofrecen sobornos en el giro de sus negocios (91% y 93% respectivamente), y la cultura de aplicación de prácticas de prevención del soborno continúa siendo incipiente. Por ejemplo, ha aumentado en 12% el número de empresas que no cuentan con ningún canal para denunciar casos de soborno.

Sin embargo, y de manera positiva, los resultados también señalan que una mayoría de los empresarios encuestados (67%) reconoce la utilidad de las prácticas contra el soborno que plantea la encuesta. De igual forma, merece destacarse el incremento que se observa en relación con la primera encuesta, del porcentaje de empresarios que implementa prácticas antisoborno de manera planeada y periódica: 26% en 2010, frente a un 11% en 2008.

Detener este fenómeno requerirá tiempo y un compromiso decidido de los empresarios, el gobierno y la sociedad civil. Transparencia por Colombia reitera su invitación al sector privado para prevenir y combatir el soborno con prácticas concretas, que puedan ser monitoreadas y evaluadas, y que den solidez y sostenibilidad a la integridad y transparencia de las empresas.

Esperamos que los resultados de esta segunda encuesta contribuyan a lograr una mayor comprensión sobre qué motiva el soborno y qué puede frenarlo, y a consolidar los avances que se observan en la implementación de prácticas antisoborno en las empresas colombianas. Un sector privado libre de corrupción es una condición indispensable para la existencia de una sociedad transparente, honesta y justa. Por tanto, desde Transparencia por Colombia seguiremos trabajando para que los negocios sean conducidos en un entorno libre de sobornos y de respeto con las instituciones públicas y con la sociedad.

Elisabeth Ungar Bleier
DIRECTORA EJECUTIVA
TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

Carolina Cadavid Bovin
DIRECTORA ÁREA DE SECTOR PRIVADO
TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

UNA INICIATIVA MÁS POR EL RECHAZO A LA CORRUPCIÓN

La economía colombiana pasa por un muy buen momento y los resultados financieros de la mayoría de los sectores económicos sigue en aumento, según el informe del DANE del 20 de septiembre de 2012, en lo corrido del año se presentó un crecimiento del PIB del 4,9% con relación al mismo trimestre de 2011 y entre los sectores de mayor crecimiento se encuentran la construcción con el 18,4%, la explotación de minas con el 8,5% y los establecimientos financieros con el 5,1%.

Sin embargo y muy a pesar de este notable desempeño también crecen la corrupción y la exclusión social, según Transparencia Internacional, Colombia en el 2012 ocupa el puesto 94 en el Índice de Percepción de Corrupción entre 176 países evaluados y según el estudio de Desarrollo Humano del 2011 elaborado por PNUD, Colombia ocupa la tercera posición en desigualdad entre 129 países después de Haití y Angola.

En este paradójico y desigual escenario, el papel y el compromiso por parte del empresario es fundamental para afrontar este difícil reto, sin embargo la academia y en especial las escuelas de negocio, juegan un papel crucial ya que somos nosotros quienes formamos y preparamos al sector empresarial nacional y somos entonces corresponsables tanto de sus aciertos como en sus errores.

La alianza con la Corporación Transparencia por Colombia y la Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas son iniciativas que apoyan la estrategia al interior de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia para identificar desde la misma realidad nacional, la percepción, prácticas, motivaciones y obstáculos que encuentran los empresarios colombianos para combatir la corrupción, con el fin de establecer en nuestros programas de formación, proyectos de investigación, actividades de extensión y en la misma operación de la Facultad, los mecanismos necesarios que nos permitan, sensibilizar, formar y comprometer tanto a nuestros colaboradores y estudiantes como a la comunidad empresarial sobre los efectos y riesgos de la corrupción, buscando a la vez nuevas alternativas para combatir este fenómeno.

Aunque en esta tercera versión de la Encuesta la percepción sobre la corrupción sigue creciendo, y los esfuerzos realizados por el sector privado para combatirla siguen siendo tímidos e insuficientes, estos resultados siguen siendo un insumo fundamental para establecer nuevas líneas de investigación, programas de materia, cursos y actividades de socialización que nos acerquen no sólo a comprender el fenómeno de la corrupción o a desarrollar estrategias para combatirlo, sino a conseguir una conciencia colectiva para actuar de manera íntegra y transparente por más costoso que parezca.

Ya que el logro de la paz y de un país más equitativo e incluyente requiere del compromiso y la corresponsabilidad de todos, requiere que los que los poderes públicos sean más efectivos contra la impunidad, que el sector privado se haga corresponsable y que los ciudadanos dejemos atrás la indiferencia, pero sobre todo se requiere el rechazo generalizado de todos los estamentos de la sociedad para quienes estén directa o indirectamente comprometidos con el menoscabo del interés colectivo.

Alejandro Beltrán Duque
DECANO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Gustavo A. Yepes Lopez
DIRECTOR GESTIÓN SOCIAL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

1. CONTEXTO

A. DEFINICIÓN DE SOBORNO

Se “considera soborno el ofrecimiento de regalos, préstamos, honorarios o cualquier otro tipo de beneficio, a cualquier persona, a modo de incentivo para realizar un acto deshonesto e ilegal que implica el quebrantamiento de la confianza durante la conducción de los negocios en la empresa. En el Código Penal colombiano dichas conductas podrían asimilarse entre otras a cohecho o concusión”¹. Aunque esta definición concibe el soborno como el acto de ofrecer, Transparencia por Colombia extiende su alcance hacia otras prácticas relacionadas con el mismo: “NO AL SOBORNO: No ofrezca, No pague, No reciba, No pida”.

B. LA PROBLEMÁTICA DEL SOBORNO EN COLOMBIA: ALGUNOS HALLAZGOS

En la actualidad existen varios estudios que abordan la problemática de la corrupción y el soborno con énfasis en las relaciones sector público – sector privado tanto a nivel mundial como de América Latina y Colombia. En este sentido se visibilizan los hallazgos sobre el país en los mencionados estudios:

1 Tomado de: Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno, una iniciativa de Transparency International y Social Accountability International. Colección Cuadernos de Transparencia No. 5, página 12.

Índice de Percepción de Corrupción de Transparencia Internacional. La Puntuación del IPC correspondiente a un país o territorio indica el grado de corrupción en el sector público según la percepción de empresarios y analistas de cada país, calificándose en una escala de 0 (percepción de sumamente corrupto) a 100 (percepción de muy transparente). Para el 2012 Transparencia Internacional renovó la metodología del IPC, con el fin de simplificar y dar mayor claridad sobre el cálculo de las fuentes; debido al cambio de metodología, las calificaciones del IPC 2012 NO son comparables con el IPC 2011.

El IPC del año 2012 evaluó la percepción de corrupción en un total de 176 países, en el cual Colombia ocupó el puesto 94 con una valoración de 36 puntos, clasificándose en el grupo con calificaciones deficientes. Los niveles de percepción de corrupción en Colombia son muy altos y como lo menciona Transparencia por Colombia, éstos han alcanzado un carácter estructural: “La ausencia de sanciones efectivas y rápidas frente a casos de corrupción y la prevalencia de prácticas de abuso del poder en todas las ramas del poder público y en diferentes estamentos del Estado se reflejan en la baja calificación”, además la corrupción “está asociada con el pago de sobornos en la contratación, compensaciones por favores para concretar un negocio o acceder a un servicio público, pero también que se manifiesta en la captura del Estado en sus diferentes niveles, el nepotismo, legislar en beneficio propio, entre otros”².

En relación con los 32 países de América vinculados al estudio, Colombia ocupa el puesto 20, muy lejos de Canadá que fue calificada con 84 puntos y de Barbados con 76. En el continente la cola la constituyen Haití y Venezuela con 19 puntos cada una. A nivel suramericano sólo dos países están en el grupo de calificaciones aceptables: Chile y Uruguay con 72 puntos.

2 Índice de Percepción de Corrupción 2012: Colombia necesita mostrar resultados concretos contra la corrupción. En: http://transparenciacolombia.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=187:indice-percepcion-corrupcion-2012-colombia-necesita-resultados-concretos-contra-corrupcion&catid=94&Itemid=490

Se “considera soborno el ofrecimiento de regalos, préstamos, honorarios o cualquier otro tipo de beneficio, a cualquier persona, a modo de incentivo para realizar un acto deshonesto e ilegal que implica el quebrantamiento de la confianza durante la conducción de los negocios en la empresa.

El IPC del año 2012 evaluó la percepción de corrupción en un total de 176 países, en el cual Colombia ocupó el puesto 94 con una valoración de 36 puntos, clasificándose en el grupo con calificaciones deficientes.

CUADRO NO. 1. ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN 2012
—TRANSPARENCIA INTERNACIONAL—

Posición	País	Puntaje 2012
1	Dinamarca	90
1	Finlandia	90
1	Nueva Zelanda	90
4	Suecia	88
5	Singapur	87
9	Canadá	84
15	Barbados	76
19	Estados Unidos	73
20	Chile	72
20	Uruguay	72
69	Brasil	43
94	Colombia	36
105	México	34
165	Haití	19
165	Venezuela	19
174	Afganistán	8
174	Corea del Norte	8
174	Somalia	8

Índice de Fuentes de Soborno de Transparencia Internacional. La Encuesta de Fuentes de Soborno 2011 consultó a más de 3.000 ejecutivos de empresas de todo el mundo para saber su opinión sobre el grado en que 28 de las principales economías del mundo participan en sobornos cuando hacen negocios en el extranjero. El Índice califica y clasifica a países según una escala de 0 a 10, donde la máxima puntuación de 10 representa la opinión que las empresas del país en cuestión nunca participan en sobornos al realizar actividades comerciales en el extranjero y 0 que consideran que siempre lo hacen.

Se puede observar que los países con los cuales Colombia ha firmado Tratados de Libre Comercio como Canadá, Estados Unidos y México, y con negociaciones en curso como Corea del Sur tienen una alta puntuación en esta percepción (por tanto menos susceptibles a la corrupción).

CUADRO NO. 2. ÍNDICE DE FUENTES DE SOBORNO 2011
—TRANSPARENCIA INTERNACIONAL—

Posición	País	Puntaje 2011
1	Países bajos	8.8
1	Suiza	8.8
3	Bélgica	8.7
4	Alemania	8.6
4	Japón	8.6
6	Canadá	8.5
10	Estados Unidos	8.1
13	Corea del Sur	7.9
14	Brasil	7.7
26	México	7.0

Entre las principales conclusiones del estudio se destaca que existen pruebas claras de soborno entre empresas privadas y que dicha condición se considera como normal, lo cual contribuye a que no se observen mejoras en el tiempo aunado a un nivel bajo de integridad empresarial. Esta condición está estrechamente vinculada a la corrupción en el sector público y la incidencia creciente del soborno transnacional.

La encuesta destaca igualmente que a nivel global el sector empresarial más proclive al soborno es el sector de contratos de obras públicas y construcción; seguido por el de servicios públicos y el sector inmobiliario, de propiedades, servicios jurídicos y empresariales.

Transparency in Corporate Reporting: El documento *Transparencia en la presentación de informes corporativos: Evaluación de las empresas más grandes del mundo* (Transparency in Corporate Reporting: Assessing the World's Largest Companies) evaluó el compromiso público con la transparencia de 105 empresas más grandes del mundo que cotizan de manera oficial en bolsa, de acuerdo a Forbes 2010; de éstas 57 tienen operación en Colombia, pero sólo 5 hacen pública su información financiera de sus negocios en el país. En la evaluación se encontró que la mayor parte de las empresas informan sobre políticas y códigos de conducta y muy pocas de ellas presentan informes financieros y de pagos de impuestos y regalías al gobierno.

Entre las principales conclusiones del estudio se destaca que existen pruebas claras de soborno entre empresas privadas y que dicha condición se considera como normal, lo cual contribuye a que no se observen mejoras en el tiempo aunado a un nivel bajo de integridad empresarial.

Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial. Este índice mide la habilidad de los países de proveer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos y la utilización productiva de los recursos disponibles; es decir, mide el conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible. El ranking 2012–2013 estudió 144 economías de países desarrollados y en desarrollo, en el cual Suiza lidera la economía más competitiva del mundo por cuarto año consecutivo, Chile es el país latinoamericano mejor clasificado en el puesto 33 y Colombia se ubica el puesto 69 (en la anterior medición ocupó el 68).

CUADRO NO. 3. ÍNDICE GLOBAL DE COMPETITIVIDAD
—FORO ECONÓMICO MUNDIAL—

Ranking		País	Puntuación
2012-2013	2011-2012		
1	1	Suiza	5.72
2	2	Singapur	5.67
3	4	Finlandia	5.55
7	5	Estados Unidos	5.43
33	31	Chile	4.65
48	53	Brasil	4.40
53	58	México	4.28
69	68	Colombia	4.18
126	124	Venezuela	3.46
144	140	Burundi	2.78

Es significativo el rol que juega la institucionalidad en el desarrollo de la competitividad: “El papel de las instituciones va más allá del marco legal. La actitud del Gobierno hacia los mercados, las libertades y la eficiencia de sus operaciones son también muy importantes: la excesiva burocracia y trámites, el exceso de regulación, la corrupción, la deshonestidad en el trato con los contratos públicos, la falta de transparencia e integridad, la incapacidad para proporcionar servicios adecuados para el sector empresarial, y la dependencia política del sistema judicial, imponen costos económicos significativos a las empresas y retrasan el proceso de desarrollo económico.”³.

3 Traducido de: SCHWAB, Klaus. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2012–2013. Pág.4. Disponible en: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2012-2013/>

El estudio considera que Colombia tiene una situación macroeconómica estable y un mercado interno y financiero eficiente pero recomienda abordar las debilidades identificadas para mejorar la competitividad: debilidad en las instituciones públicas, mala calidad de la infraestructura de transporte, mala calidad de la educación y baja capacidad de investigación e innovación.

Doing Business del Banco Mundial. El informe del año 2012 es el noveno de una serie anual que investiga las regulaciones que favorecen la actividad empresarial y aquellas que la coartan. Se presentan indicadores cuantitativos sobre la regulación empresarial y la protección de los derechos de propiedad que son susceptibles de comparación entre 183 economías.

En esta ocasión Colombia subió del puesto 47 en el informe de 2011 al 42 en el 2012, se considera que el país emprendió reformas en tres áreas analizadas por el Doing Business que favorecieron la actividad empresarial y se creó un marco regulatorio más favorable a los negocios. El informe del año 2011 sirvió para que el Gobierno implementara la Ley Antitrámites (Decreto 19 de 2012) donde recomendaban eliminar o modificar trámites ante la administración pública para facilitar los negocios.

CUADRO NO. 4
DOING BUSINESS CLASIFICACIÓN EN LA FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS 2012
—BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO / BANCO MUNDIAL—

Clasificación		País	Número de reformas realizadas
2012	2011		
1	1	Singapur	0
2	2	RAE de Hong Kong, China	2
3	3	Nueva Zelanda	1
4	4	Estados Unidos	0
39	41	Chile	3
42	47	Colombia	3
53	54	México	3
126	120	Brasil	1
177	175	Venezuela	0
183	182	Chad	2

Colombia debe abordar las debilidades identificadas para mejorar la competitividad: debilidad en las instituciones públicas, mala calidad de la infraestructura de transporte, mala calidad de la educación y baja capacidad de investigación e innovación.

Latinobarómetro⁴. Para el estudio correspondiente al año 2011 se entrevistaron 20.204 personas, en 18 países de Latinoamérica, con una población encuestada por país entre 1.000 y 1.200 casos y un margen de error del 3%. El informe investiga el desarrollo de la democracia, la economía y la sociedad en su conjunto; éste utiliza indicadores de opinión pública que miden actitudes, valores y comportamientos.

A la pregunta ¿Qué cree Ud. que le falta a la democracia en su país o la democracia en su país está bien como está?, la mayor parte de los encuestados (un 48%) respondió que “falta reducir la corrupción”, la cual supera otras opciones como: garantizar la justicia social, aumentar la participación ciudadana, aumentar la transparencia del Estado o consolidar los partidos políticos. La respuesta de los colombianos fue abrumadora: el 63% considera el soborno como el principal faltante; ésta fue muy superior a la de todos los países que participan en el informe; se considera adicionalmente que la opinión sobre la transparencia del Estado sólo obtuvo 39,3 puntos de 100 posibles.

El apoyo entre los latinoamericanos a la empresa privada como factor indispensable para el desarrollo de un país disminuyó de 71% en 2010 a 65% en el 2011.

Global Corruption Barometer 2010. Barómetro Global de la Corrupción 2010 de Transparencia Internacional. Es la encuesta multipaís con mayor cobertura sobre las experiencias y opiniones de corrupción del público en general y sobre sus perspectivas sobre dichas experiencias. En 2010, el Barómetro entrevistó a más de 91.500 personas de 86 países. Esta herramienta analiza las opiniones del público en general acerca de los niveles de corrupción en sus países y los esfuerzos que realizan los respectivos gobiernos para combatir la corrupción. El Barómetro 2010 también sondea la frecuencia de los sobornos, las razones que dieron lugar al pago de estos y las actitudes observadas respecto de la denuncia de hechos de corrupción.

Los empresarios consideran que la corrupción en el sector privado aumentó entre el año 2004 al 2010 incrementándose del 47% al 52%. Con una calificación de 1 a 5, donde 1 es nada corrupto y 5 extremadamente corrupto, el sector privado de Colombia recibió una calificación de 2,9. El 24% de los encuestados manifestaron haber pagado un soborno en los últimos 12 meses.

4 Puede consultarse en: <http://www.latinobarometro.org/>

Growing Beyond: a place for integrity. 12th Global Fraud Survey (Creciendo más allá: un lugar para la integridad. 12ª Encuesta Global sobre Fraude). Ernst & Young⁵.

La encuesta realizada entre noviembre de 2011 y febrero de 2012 contó con la participación de más de 1.750 altos ejecutivos de 43 países que respondieron sus puntos de vista sobre fraude, corrupción y soborno; los resultados fueron contrastados posteriormente con ejecutivos de compañías líderes para debatir y conocer sus fórmulas para prevenir y mitigar los riesgos en esta materia. Colombia fue uno de los 5 países latinoamericanos participantes del Informe junto a Argentina, Brasil, Chile y México.

Los resultados no podían ser más desalentadores: Un 15% de los altos ejecutivos están dispuestos a pagar sobornos para retener o ganar un negocio, un 9% más que en el estudio realizado en el 2010. El 4% considera justificable falsear los resultados financieros. Un 39% de los participantes respondieron que las prácticas de corrupción y soborno son frecuentes en sus países, incrementados en aquellos de rápido crecimiento como Brasil donde esta percepción se eleva al 84%. Un 42% de los encuestados no han recibido formación sobre políticas antisoborno y anticorrupción. El 47% de los directores financieros consideran que estas acciones cuestionables podrían estar justificadas por la recesión económica. El 16% no saben que las empresas pueden ser consideradas responsables por acciones de terceros agentes.

Los altos ejecutivos consideran que los entornos económicos no son favorables para los negocios y que las empresas luchan contra las incertidumbres del mercado, la disminución de las previsiones de crecimiento económico y bajos márgenes de ganancia. Los efectos de esta economía global debilitada son preocupantes porque las empresas se vuelven propensas al soborno, la corrupción y el fraude en los estados financieros (aumentan las conductas poco éticas de organizaciones y ejecutivos). Este tipo de conductas se generalizan a pesar de contar las empresas con políticas anticorrupción y códigos de conducta y, los encuestados consideran que estas acciones no son sancionadas por la Gerencia y las Juntas; éstas y los Comités de Auditoría no juegan un papel fundamental para ayudar a las compañías a mitigar los riesgos de soborno y prácticas corruptas.

5 Ver: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global-Fraud-Survey-a-place-for-integrity-12th-Global-Fraud-Survey/\\$FILE/EY-12th-GLOBAL-FRAUD-SURVEY.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global-Fraud-Survey-a-place-for-integrity-12th-Global-Fraud-Survey/$FILE/EY-12th-GLOBAL-FRAUD-SURVEY.pdf)

La respuesta de los colombianos fue abrumadora: el 63% considera el soborno como el principal problema; ésta fue muy superior a la de todos los países que participan en el informe.

Un 15% de los altos ejecutivos están dispuestos a pagar sobornos para retener o ganar un negocio, un 9% más que en el estudio realizado en el 2010.

El estudio considera que si los empleados no tienen una formación adecuada, la capacidad de las empresas para identificar los temas de soborno, corrupción y fraude e investigar las denuncias y actuar sobre las prácticas reprochables, también es probable que disminuya. Se debe generar una cultura en la empresa para mitigar los riesgos pero ésta no se puede crear de la noche a la mañana. Los cambios deben ser concertados, centrados en los riesgos y en las áreas de exposición potencial y predicar la gestión con el ejemplo, los cuales equilibran las prioridades del crecimiento y la conducta ética en los negocios.

Encuesta Nacional de Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas. Realizada por Transparencia por Colombia y la Universidad Externado de Colombia, se indaga a directivos de empresas sobre su percepción de la ocurrencia del soborno en Colombia, las modalidades utilizadas para sobornar, las motivaciones y presiones para realizarlo, prácticas para su prevención y su utilidad, incentivos y obstáculos a estas prácticas y el nivel de implementación de las mismas. La Primera Encuesta Nacional fue realizada en el año 2008 y la Segunda en el 2010. El presente documento es el resultado de la Encuesta 2012.

Las principales conclusiones de la Encuesta anterior fueron las siguientes:

- ◆ Aumentó la percepción de que hay empresarios que ofrecen sobornos en el giro de sus negocios.
- ◆ Los pagos para facilitar y agilizar trámites continúan siendo la principal modalidad de soborno.
- ◆ Las prácticas empresariales de prevención del soborno son insuficientes.
- ◆ Se mantiene una alta percepción de la utilidad de las prácticas enunciadas en los *Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno*.
- ◆ A pesar de algunos avances en las prácticas para prevenir el soborno en pequeñas empresas y en empresas que contratan con el Estado aún falta mucho camino por recorrer.
- ◆ Se debe avanzar en la creación de canales para la denuncia de hechos de soborno.
- ◆ Se requiere una mayor apertura informativa por parte de las empresas en aspectos clave de la lucha contra el soborno como contribuciones políticas, donaciones y patrocinios.
- ◆ Se deben reconocer los esfuerzos del sector privado que trabaja en la prevención del soborno por parte de la ciudadanía y el Estado.

- ◆ Es necesario continuar con el trabajo de generación de una cultura de prevención del soborno.

C. EL CONCEPTO DE CORRESPONSABILIDAD

La noción de corresponsabilidad⁶ se fundamenta en una concepción de democracia participativa, en la que la gestión pública no se limita a la gestión de las instituciones del Estado sino que incluye la gestión de lo público, entiende lo público como aquello que conviene a todos⁷ o como “la suma de voluntades, esfuerzos y recursos que tienen como meta el diseño y el cumplimiento de reglas que son de interés general”⁸.

Dado que lo público es patrimonio compartido⁹, la responsabilidad por su gestión deja de ser exclusiva del Estado, y nace así la noción de corresponsabilidad. Bajo esta concepción, los ciudadanos ya no sólo exigen al Estado el cumplimiento de sus obligaciones frente a sus derechos, sino que asumen una serie de deberes frente a la gestión de lo público y la regulación de los beneficios compartidos, se tienen como premisa los valores de equidad y justicia.

En el marco de esta corresponsabilidad el sector empresarial debe actuar en tres niveles: interno, externo y de responsabilidad colectiva. En el interno como parte de una cultura ética empresarial decidida a erradicar la corrupción al interior de la empresa, en el externo mediante relaciones transparentes con los stakeholders o grupos de interés y, como acción colectiva mediante la organización empresarial y de acuerdos con otras empresas y con el sector público para prevenir y actuar frente a la corrupción.

La corresponsabilidad contra la corrupción se vive desde la propia individualidad, desde la ciudadanía, como empresario y como gremio. La lucha contra la corrupción y la defensa de lo público se debe asumir en forma compartida con el Estado y con los demás actores de la sociedad.

6 Tomado de: Transparencia por Colombia. *Corresponsabilidad del sector empresarial y de la sociedad civil en la lucha contra la corrupción*. Bogotá, 2003. Pág. 3

7 TORO ARANGO, J.F.; *El Ciudadano y su Papel en la Construcción de lo Social*. Bogotá: CEJA; 2000.

8 GARCÉS LLOREDA, M.T. y TARQUINO BUITRAGO, C.A.; *Lo Público: Una Forma de Redimensionar el Papel del Estado y la Sociedad Civil en los Procesos de Control Social*; Revista Sindéresis, No. 6; 2002; Pág.80.

9 Op.Cit.

La noción de corresponsabilidad se fundamenta en una concepción de democracia participativa, en la que la gestión pública no se limita a la gestión de las instituciones del Estado sino que incluye la gestión de lo público.

Es importante anotar que “incurrir en actuaciones corruptas es una estrategia equivocada, porque la ventaja competitiva que puede adquirir la empresa corrupta es poco sostenible y muy costosa a mediano y largo plazo. Una conducta que puede ser económicamente rentable cuando se practica por primera vez, deja de serlo cuando se repite y hay que llevar a cabo prácticas corruptas de forma habitual”¹⁰. Por tanto la lucha del sector privado contra la corrupción no sólo es un asunto de ética empresarial sino de supervivencia a largo plazo en el mundo de los negocios.

D. INICIATIVAS DE AUTORREGULACIÓN

Una consecuencia progresiva del principio de corresponsabilidad es la necesidad de combinar regulación con autorregulación, es decir, de buscar una complementariedad entre las normas jurídicas, y las iniciativas que surgen del propio sector privado. Gracias a la creciente conciencia que existe sobre los beneficios de la corresponsabilidad en la lucha contra la corrupción, han surgido varias iniciativas de autorregulación a nivel mundial:

- ◆ **Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno:** Iniciativa de Transparencia Internacional y Social Accountability International, para que los empresarios cuenten con una herramienta práctica para prevenir y combatir el soborno. Constituyen la base conceptual de esta Encuesta.
- ◆ **Global Compact¹¹:** El décimo principio de esta iniciativa de corresponsabilidad, impulsada por la Organización de las Naciones Unidas, establece que “las

10 ARGANDOÑA, A y MOREL BERENDSON, R. La lucha contra la corrupción: Una perspectiva empresarial. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. No. 4. IESE, 2009. Pág. 12

11 Los Diez principios del Pacto Global son: **Derechos humanos:** Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia; y Principio 2: Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos. **Relaciones laborales:** Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; Principio 4: La eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción; Principio 5: La erradicación del trabajo infantil; y Principio 6: La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. **Medio ambiente:** Principio 7: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental; Principio 8: Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; y Principio 9: Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. **Lucha contra la corrupción:** Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Una consecuencia progresiva del principio de corresponsabilidad es la necesidad de combinar regulación con autorregulación.

empresas deben luchar contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno”. Las principales ventajas del Pacto Mundial son que están fundamentadas en principios universales, son acordadas internacionalmente, son el marco de referencia común para las empresas en diversos países y es totalmente flexible, donde lo importante no es la forma como se implemente el pacto sino el compromiso por la mejora continua y la posibilidad real de cambio, en este caso, de cambio de prácticas de corrupción a prácticas de transparencia en los negocios.

- ◆ **PACI:** Iniciativa de Alianza contra la Corrupción. Desarrolla y promueve principios y prácticas anticorrupción a nivel global. La *Partnering Against Corruption Initiative* surge de los esfuerzos de la Cámara de Comercio Internacional, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Transparencia Internacional, el Pacto Global de Naciones Unidas y algunas instituciones financieras. Los principios fundamentales son: la prohibición de la corrupción en la empresa en cualquiera de sus formas y; el compromiso de la empresa para implementar y darle sostenibilidad a un Programa efectivo frente a la corrupción.
- ◆ **Reglas y códigos de conducta de la Cámara de Comercio Internacional CCI:** La CCI es la organización empresarial que representa a nivel mundial los intereses empresariales. Entre sus actividades se encuentra la elaboración de reglas y códigos de conducta que regulan las actividades empresariales a nivel internacional, una de ellas son las *Reglas contra la extorsión y el cohecho en las transacciones internacionales* que buscan la eliminación del soborno y la extorsión a través de una combinación de acción pública e iniciativa privada.
- ◆ **FTSE4Good Index Series:** Evalúa el desempeño de empresas reconocidas por su comportamiento socialmente responsable a nivel global y se facilita información para la inversión en dichas organizaciones. Busca crear incentivos de mercado que impulsen el mejoramiento de la conducta empresarial en distintos temas, entre ellos la corrupción y el soborno. Este índice, realizado por FTSE The Index Company, es de voluntaria adopción y se dirige hacia valores como la transparencia, la integridad y la rendición de cuentas. Sirve para brindar información más clara a los inversionistas sobre el grado de compromiso de cada empresa con estos principios.

- ◆ **EITI (Extractive Industries Transparency Initiative) – Iniciativa para la Transparencia de Industrias Extractivas.** Creada por una coalición de gobiernos, empresas, organizaciones de la sociedad civil, inversores y organismos internacionales de varios países del mundo; promueve la mejora de los índices de gobernabilidad en los países ricos en recursos naturales mediante la transparencia y la rendición de cuentas (publicación y verificación de los pagos e ingresos fiscales) de las empresas extractivas de petróleo, gas y minerales. El Gobierno de Colombia anunció el 16 de abril de 2012 en la pasada cumbre del OGP (Open Government Partnership) en Brasilia, que se compromete a implementar el estándar de EITI para la transparencia de los ingresos provenientes de los recursos naturales.
- ◆ **Principios del Ecuador para las instituciones financieras¹².** Se fundan en las políticas y directrices de la CFI (Corporación Financiera Internacional), la rama del Banco Mundial dedicada a la inversión del sector privado. Es un estándar del sector financiero para determinar, evaluar y administrar el riesgo socio-ambiental en la financiación de proyectos. En Colombia ya existen algunas instituciones financieras adheridas a estos principios ya sea como casa matriz o que tienen sus oficinas en el país a través de sucursales o subsidiarias.
- ◆ **WIN (Water Integrity Network)– Red de Integridad del Agua.** Es una red internacional compuesta por expertos que trabaja desde el 2006 para impulsar actividades de erradicación de la corrupción en el sector del agua a nivel local, nacional y mundial. La corrupción en el sector genera extracción excesiva del recurso, contaminación de aguas limpias, fomento de su uso ineficaz e insostenibilidad ambiental. Una de las experiencias en Colombia de esta Red se dio alrededor de la Laguna de La Cocha y su sostenibilidad e inclusión para su conservación en el Convenio Ramsar (relativa a los humedales); fruto de una alianza entre ONG, la Red de Reservas Naturales Privadas y organizaciones comunitarias locales.
- ◆ **Trace International.** Es una asociación de membresía no lucrativa que obtiene recursos de un fondo común para brindar soluciones de cumplimiento antisoborno prácticas y eficaces para compañías multinacionales y sus intermediarios comerciales (agentes de ventas y representantes, consultores, distribuidores, proveedores,

¹² Las instituciones financieras que se han adherido a los principios pueden consultarse en: <http://www.equator-principles.com/index.php/members-reporting>.

etc.); se incluyen lineamientos sobre regalos y alojamiento, capacitación anti-soborno personal y en línea, e investigación sobre las mejores prácticas empresariales. En sus análisis de corrupción y soborno relacionada con el “tráfico de órganos” y de “turismo de trasplantes”, Colombia fue incluida en la lista principal de países proveedores de órganos a nivel mundial y menciona que esta práctica prospera con la corrupción de funcionarios públicos. El delito de “extracción de órganos” fue incluido desde el año 2000 por el protocolo de Naciones Unidas en la definición de “trata de personas”.

E. DESARROLLOS NORMATIVOS EN EL MARCO DE LA REGULACIÓN

El país ha implementado progresivamente normas jurídicas relacionadas contra el soborno y la corrupción, tanto aquellas pertenecientes a las legislaciones nacionales como las que se derivan de acuerdos internacionales.

- ◆ **Convención Interamericana contra la Corrupción –OEA, 1996–:** Constituye un marco de referencia regional, concentrado en el desempeño del sector público y sus funcionarios. Fue ratificada por Colombia mediante la Ley 412 de 1997. Permitió tipificar como delito en Colombia el soborno transnacional, en 1999. Los propósitos de la Convención son:
 1. Promover y fortalecer el desarrollo, por cada uno de los Estados Parte, de los mecanismos necesarios para prevenir, detectar, sancionar y erradicar la corrupción.
 2. Promover, facilitar y regular la cooperación entre los Estados Parte con el fin de asegurar la eficacia de las medidas y acciones para prevenir, detectar, sancionar y erradicar los actos de corrupción en el ejercicio de las funciones públicas y los actos de corrupción específicamente vinculados con tal ejercicio.
- ◆ **Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción:** Firmada en diciembre de 2003 y ratificada por Colombia mediante la Ley 970 de 2005¹³, busca que los países firmantes adopten políticas severas contra el soborno. Hace referencia

¹³ Colombia aprobó la Convención de Naciones Unidas Contra la Corrupción mediante la Ley 970 de 2005 y la ratificó ante la Secretaría General de las Naciones Unidas en octubre de 2006.

El Gobierno de Colombia anunció en la OGP, que se compromete a implementar el estándar de EITI para la transparencia de los ingresos provenientes de los recursos naturales.

El país ha implementado progresivamente normas jurídicas contra el soborno y la corrupción, tanto aquellas pertenecientes a la legislación nacional como las que se derivan de acuerdos internacionales.

explícita a la importancia de incluir al sector privado en la lucha contra la corrupción. Exige que los países tipifiquen como delito una amplia gama de actos de corrupción, cuando no lo establece así su derecho interno. Si bien esta tipificación en algunos casos es obligatoria y en otros es optativa, la obligatoriedad incluye conductas tales como el soborno entre privados, la malversación o el peculado de fondos públicos y privados, así como el blanqueo del producto de la corrupción y la obstrucción de la justicia. Igualmente se exhorta a que los países consideren la posibilidad de penalizar el tráfico de influencias y el encubrimiento del producto de la corrupción¹⁴. Hace énfasis en la responsabilidad penal, civil o administrativa de las personas jurídicas. Y centra en la prevención y en el trabajo colaborativo entre las naciones dos ejes del combate a la corrupción.

◆ **El Código Penal Colombiano** –Ley 559 de 2000–: Tipifica y castiga algunas conductas relevantes, que sin embargo no cubren aún todos los casos de ocurrencia del soborno, pues se concentran en la actividad de los funcionarios públicos y de quienes testifican en procesos judiciales. Las siguientes son las conductas asociadas al soborno, tipificadas en el Código Penal Colombiano¹⁵:

- *Soborno transnacional*: castiga el soborno que otorga un nacional o un residente del país a un funcionario de un Estado extranjero, con fines que tengan relación con actividades económicas y comerciales.
- *Cohecho propio*: recibir, por parte del funcionario público, para sí o para otro, dinero u otra utilidad o aceptación de promesa remuneratoria directa o indirectamente para retardar u omitir un acto propio de su cargo o para ejecutar uno contrario a sus deberes oficiales.
- *Cohecho impropio*: aceptar, por parte de un funcionario público, para sí o para otro, dinero u otra utilidad o promesa remuneratoria, directa o indirecta, por acto que deba ejecutar en el desempeño de sus funciones.
- *Cohecho por dar u ofrecer*: el que dé u ofrezca dinero u otra utilidad a servidor público, en los dos casos previstos anteriormente.
- *Concusión*: el funcionario público que abusa de su cargo o de sus funciones constriña o induzca a alguien a dar o prometer al mismo servidor o a un tercero, dinero o cualquier otra utilidad indebidos, o los solicite.

14 *Tú puedes parar la corrupción*. Documento de las Naciones Unidas – Sandro Calvini. Representante.

15 Principios empresariales para contrarrestar el soborno. Colección Cuadernos de Transparencia N.5. Transparencia por Colombia. Página 12.

◆ **Estatuto Anticorrupción. Ley 1474 de 2011**¹⁶. En esta norma se dictan disposiciones orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Transparencia por Colombia acompañó este trabajo como representante de la Sociedad Civil en la mesa técnica de elaboración del Estatuto, tiene en cuenta “diversos argumentos para el entendimiento del Estatuto Anticorrupción no como una política de Estado sino como una política que debe ser interiorizada entre los actores, instituciones y ciudadanos” y que “es relevante no sólo comprometerse con el Estatuto sino que las instituciones públicas y privadas tengan claro el impacto positivo que generan las acciones contra la corrupción”¹⁷. Acciones que se traducen en mayores índices de competitividad y sostenibilidad.

La percepción sobre esta ley fue contemplada en el diseño de la Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas.

Los elementos más importantes del Estatuto Anticorrupción que competen al sector privado son:

- *Corrupción privada*: Tipifica como delito el soborno entre privados, es decir aquella conducta donde se promete, ofrece o se concede cualquier beneficio a directivos, administradores o empleados de una sociedad que no pueda justificarse, con el ánimo de ser favorecidos a sí mismos o a un tercero.
- *Administración desleal*: Castiga con prisión o multa a administradores o empleados que abusen de sus funciones con el fin de disponer los bienes de la sociedad causándole un perjuicio económico a los socios.
- *Acuerdos restrictivos de la competencia*: Castiga a quienes se pongan de acuerdo para alterar ilícitamente un proceso de licitación o concurso público.
- *Inhabilidad por corrupción*: Inhabilidad para contratar de quienes hayan sido condenados por delitos contra la administración pública o soborno transnacional. La misma se extiende a las sociedades, matrices y subordinadas en las que sean socias dichas personas.

16 Se puede acceder a una cartilla del Ministerio del Interior que contiene tanto una presentación y un resumen del Estatuto como su texto completo en: http://200.93.128.205/c/document_library/get_file?&folderId=49245504&name=DLFE-35764.pdf

17 Declaraciones de la Directora Ejecutiva de la Corporación Transparencia por Colombia, Elisabeth Ungar, en la presentación del documento "Alcances y limitaciones del Estatuto Anticorrupción" elaborado por la Fundación Konrad Adenauer (KAS) y Transparencia por Colombia. Junio 06 de 2011.

El Estatuto Anticorrupción debe entenderse no como una política de Estado sino como una política que debe ser interiorizada entre los actores, instituciones y ciudadanos.

- *Puerta giratoria*: Prohibición de la gestión de intereses privados por parte de ex servidores públicos, durante los dos años siguientes a su retiro. Ésta será indefinida en el tiempo en asuntos concretos conocidos en ejercicio de sus funciones.
- *Financiación de campañas políticas*: Inhabilidad para contratar de las personas que financien campañas políticas a alcaldías, gobernaciones y presidencia. Se hace extensible a las sociedades existentes si el financiador fue el representante legal o cualquiera de sus socios de forma directa o indirecta.
- *Secreto profesional*: En relación con actos de corrupción no procederá el secreto profesional. Los revisores fiscales deberán denunciar casos de corrupción encontrados.
- *Tráfico de influencias*: El tráfico de influencias de particulares será sancionado, al igual que la alteración de los procesos de contratación, el enriquecimiento ilícito, el fraude de subvenciones y el soborno transnacional.
- *Responsabilidad de las personas jurídicas*: Se extienden las responsabilidades penales a las personas jurídicas en materia de corrupción, delitos contra la administración pública o contra el patrimonio público.
- *Soborno transnacional*: Se incorporan medidas para tipificar y penalizar el cohecho transnacional de funcionarios públicos extranjeros, para disuadir, prevenir y combatir esta práctica que distorsiona las condiciones competitivas internacionales, el buen gobierno y el desarrollo económico.
- *Participación contra la corrupción*: Un representante de los gremios económicos tendrá asiento en la Comisión Nacional Ciudadana para la Lucha contra la Corrupción.

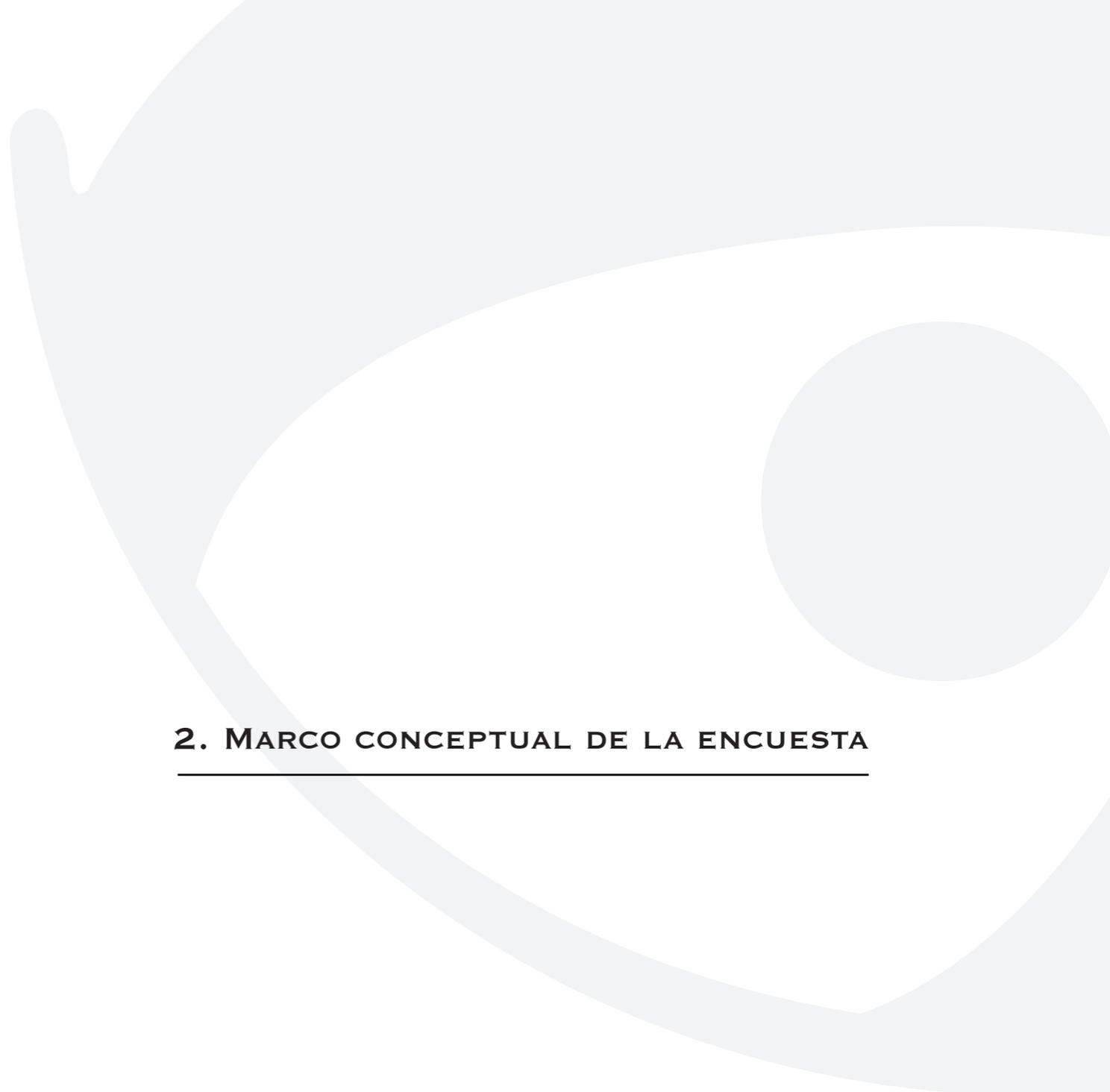
◆ **Convenciones e instrumentos legales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE.** Colombia desde finales del 2011 adelanta acciones para ingresar como miembro participante de la Comisión de Inversiones de la OCDE, adhiriéndose a las líneas directrices para empresas multinacionales, establece el Punto Nacional de Contacto (PNC) y avanza en la adopción de las convenciones e instrumentos legales de esta organización para convertirse en miembro pleno de la misma (el OCDE es una organización internacional especializada en realizar estudios, analizar políticas y hacer recomendaciones generales de política; es reconocido como el club de las buenas prácticas gubernamentales).

Colombia desde finales del 2011 adelanta acciones para ingresar como miembro participante de la Comisión de Inversiones de la OCDE.

Entre las medidas adoptadas se encuentran:

- La vinculación como miembro del Centro de Desarrollo de la OCDE (Ley 1479 de 2011).
- La firma por parte del Presidente de la República de la carta de invitación (diciembre 8 de 2011).
- Reconocimiento a la política de inversión de Colombia que concluyó con el documento de “Evaluaciones de la OCDE a las políticas de inversión extranjera: Colombia 2012”.
- En mayo de 2012 firmó los instrumentos de ratificación de la “Convención sobre asistencia administrativa mutua en materia fiscal”, las “Pautas para el suministro responsable de cadenas de minería afectadas por los conflictos en las áreas de alto riesgo” para el respeto de los derechos humanos, la paz y el desarrollo en comunidades locales con operaciones a gran escala, la “Declaración sobre la propiedad, integridad y transparencia en la conducción de los negocios y las finanzas internacionales” y, la “Declaración de la OCDE sobre crecimiento verde” para promover las inversiones verdes y la administración sustentable de los recursos naturales.
- Adopción de la “Convención para combatir el cohecho de servidores públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales” (Ley 1573 de 2012).
- Aspira a integrar 17 grupos o comités de los más de 200 que conforman la OCDE.

Aunque las expectativas son altas hay que dar un margen de espera al proceso, si se tiene en cuenta que Chile se demoró cuatro años en su entrada formal a la organización y que el país debe mejorar en varios aspectos fundamentales que han sido considerados por el Foro Económico Mundial como problemáticos para hacer negocios en el país: corrupción, suministro inadecuado de infraestructura e ineficiente burocracia gubernamental entre otros.

A large, stylized graphic of an eye in shades of gray, positioned on the right side of the page. The eye is composed of several overlapping curved shapes, creating a soft, abstract representation of an eye's structure.

2. MARCO CONCEPTUAL DE LA ENCUESTA

La Encuesta fue diseñada principalmente con base en los *Principios empresariales para contrarrestar el soborno* y en forma complementaria con el *Estatuto Anticorrupción* (Ley 1474 de 2011) para indagar el conocimiento del sector privado sobre esta norma.

PRINCIPIOS EMPRESARIALES PARA CONTRARRESTAR EL SOBORNO

Estos Principios fueron desarrollados durante dos años con el liderazgo de Transparencia Internacional y Social Accountability International, y un comité de trabajo integrado por importantes entidades del sector privado, organizaciones no gubernamentales y gremios del mundo.

Los *Principios empresariales* han sido desarrollados para prevenir los principales riesgos de soborno identificados a nivel mundial, y se constituyen en una herramienta para apoyar a las empresas en la formulación de enfoques efectivos para combatir el soborno en todas sus actividades, mediante dos principios básicos:

La prohibición del soborno en cualquiera de sus formas, ya sea directo o indirecto; y

El compromiso de las empresas para implementar un programa para combatir el soborno.

Las principales formas de soborno contempladas por los Principios y algunas de las medidas para prevenir su ocurrencia en las empresas son:

- *Soborno*: la empresa debe proscribir totalmente cualquier forma y uso del soborno, lo cual incluye el pago de comisiones clandestinas.
- *Contribuciones políticas*: ni la empresa, ni sus empleados y representantes, deberán realizar aportes a movimientos o grupos políticos a cambio de obtener beneficios.
- *Donaciones y patrocinios*: la empresa se abstendrá de valerse de este tipo de instrumentos para obtener de manera indebida ventajas o beneficios. Para esto, es fundamental que tales contribuciones y patrocinios estén abiertos al escrutinio y puedan divulgarse.
- *Pagos de facilitación*: por pagos de facilitación se entiende la entrega de dinero, generalmente en pequeñas cantidades, para lograr la agilización de un trámite o el cumplimiento de alguna función, a los cuales la empresa tenga derecho de acuerdo con la ley. Es necesario reconocer que esto constituye una forma de soborno, que por tanto debe ser proscrita en la empresa.
- *Regalos, hospitalidad y gastos*: se debe prohibir el uso y el goce de este tipo de dádivas, cuando la intención sea afectar el resultado de transacciones comerciales.

Los *Principios Empresariales* fueron diseñados para ser utilizados por grandes, pequeñas y medianas empresas, y se aplican al soborno de funcionarios públicos y a las transacciones dentro del sector privado. En este sentido, los *Principios* también sugieren medidas para prevenir el soborno en relación con procesos internos de la empresa, tales como los controles internos y auditorías. Así mismo, proponen medidas para prevenir el soborno en relación con los grupos de interés, subsidiarias, representantes de ventas y proveedores, entre otros.

Principales elementos de un programa contra el soborno, de acuerdo con los Principios Empresariales:

- ◆ Compromiso y responsabilidad de la Junta Directiva y los organismos de administración.
- ◆ Extensión de esta filosofía y estos compromisos a las relaciones externas de la empresa, por ejemplo, con proveedores y empresas asociadas.

Fueron diseñados para ser utilizados por grandes, pequeñas y medianas empresas, y se aplican al soborno de funcionarios públicos y a las transacciones dentro del sector privado.

Los Principios empresariales han sido desarrollados para prevenir los principales riesgos de soborno identificados a nivel mundial.

- ◆ Aplicación de estos compromisos a representantes de ventas, distribuidores y contratistas.
- ◆ Establecimiento de programas de comunicación y capacitación del recurso humano.
- ◆ Compromiso de no sancionar ni afectar de modo alguno a quien denuncie el soborno.
- ◆ Observación rigurosa de prácticas de contabilidad, control interno y auditoría.
- ◆ Compromiso de los órganos de dirección con el seguimiento de estas políticas y sus resultados.

La adopción de los *Principios* por parte de los empresarios apunta a facilitar prácticas de prevención efectivas en el marco de mejorar los estándares empresariales de integridad, transparencia y rendición de cuentas.

ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN

El Estatuto Anticorrupción (Ley 1474 de 2011) busca fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción tanto en el sector público como en el sector privado, incluye medidas en la relación público-privado y entre privados, tiene como base la defensa de los recursos públicos y la transparencia del entorno de los negocios en el país.

Por primera vez una ley hace corresponsable al sector privado en actos de corrupción y soborno, donde las acciones de directivos, administradores y empleados se hacen extensibles a la persona jurídica. En la norma se tipifican nuevas responsabilidades a las empresas, se tipifican nuevos delitos en el sector privado y se establecen las inhabilidades provenientes de la contratación de exfuncionarios públicos (puerta giratoria) y de la financiación de campañas electorales. También resuelve debilidades en la contratación pública, resalta las responsabilidades de interventores y consultores externos, el papel de los supervisores y la mayor transparencia en los procesos de licitación (maduración de proyectos, adendos y anticipos).

El Estatuto Anticorrupción busca fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción tanto en el sector público como en el sector privado.

En la Tercera Encuesta Nacional se incluyen algunas preguntas sobre el grado de conocimiento por parte de los empresarios del Estatuto Anticorrupción, su percepción sobre el impacto de la norma en el sector privado y su utilidad en la lucha contra la corrupción.

El Estatuto se compone de 10 capítulos o títulos los cuales se mencionan a continuación:

1. Medidas administrativas para la lucha contra la corrupción.
2. Medidas penales en la lucha contra la corrupción pública y privada.
3. Medidas disciplinarias para la lucha contra la corrupción.
4. Regulación del lobby o cabildeo.
5. Organismos especiales para la lucha contra la corrupción.
6. Políticas institucionales y pedagógicas.
7. Disposiciones para prevenir y combatir la corrupción en la contratación pública.
8. Medidas para la eficiencia y eficacia del control fiscal en la lucha contra la corrupción.
9. Oficinas de representación.
10. Vigencia.

A large, stylized graphic of an eye in shades of gray, positioned on the right side of the page. The eye is composed of several overlapping curved shapes, creating a soft, abstract appearance. The pupil is a solid gray circle, and the iris is a lighter gray shape surrounding it. The overall design is clean and modern.

3. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

GENERAL

El objetivo general de la *Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas* es indagar el nivel de desarrollo de las prácticas empresariales para prevenir el soborno conforme a estándares internacionales y las últimas normas nacionales en materia anticorrupción, motivar a los empresarios a implementar programas que fortalezcan una cultura de prevención del soborno en el ámbito de su corresponsabilidad e incidir en su adhesión a iniciativas de autorregulación.

ESPECÍFICOS

- ◆ Conocer la percepción del sector privado colombiano sobre la ocurrencia y modalidades del soborno en su entorno de negocios.
- ◆ Identificar los motivos que presionan el pago de sobornos por parte de las empresas colombianas en el entorno de negocios tanto con el sector público como con el privado.
- ◆ Estimar el porcentaje destinado a sobornos en los contratos y los grupos de mayor influencia ante el alto gobierno.

- ◆ Reconocer cuáles de las *prácticas* de prevención del soborno contempladas en los Principios Empresariales (estándares internacionales) son aplicadas por empresas colombianas.
- ◆ Indicar el nivel de aplicación de esas prácticas en relación con su grado de planeación, periodicidad e inversión de recursos.
- ◆ Comprender, desde la perspectiva de los empresarios, la utilidad de estas prácticas en la prevención del soborno en el entorno de negocios en Colombia.
- ◆ Indagar sobre el conocimiento de los empresarios del Estatuto Anticorrupción, su impacto y su utilidad.

A large, stylized graphic of an eye in shades of gray, positioned on the right side of the page. The eye is composed of several overlapping curved shapes, creating a sense of depth and focus.

4. METODOLOGÍA

4.1 CARÁCTER DEL ESTUDIO

La *Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas*, busca explorar e identificar las tendencias sobre la implementación de buenas prácticas para prevenir el soborno y la corrupción en empresas del sector privado.

Con este fin, se aplicó una encuesta de veintinueve (29) preguntas cerradas a una muestra de 858 empresas del sector privado pertenecientes a los diferentes sectores de la economía de Colombia. La Encuesta combina dos tipos de preguntas: unas que buscan conocer la percepción sobre temas relacionados con el soborno y otras que recolectan información sobre prácticas específicas.

Este estudio se llevó a cabo gracias a la alianza entre la Corporación Transparencia por Colombia y la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, la cual ha dado como fruto dos investigaciones precedentes en la misma línea. En esta ocasión, se incrementó el número de preguntas respecto a las dos ediciones anteriores, con el objetivo de profundizar en temas relacionados a la transparencia y corrupción en el sector privado, basados en el estudio de Probidad liderado por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – Confecámaras y el Estatuto Anticorrupción aprobado por el Gobierno en agosto de 2011, que dicta normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción.

La investigación realizada permite evaluar el comportamiento del soborno y la corrupción en el sector privado en Colombia lo que permite tener una mayor comprensión sobre qué motiva el soborno y qué medidas pueden frenar este fenómeno, con el fin de generar y mantener negocios en un entorno de libre y justa competencia.

4.2 FICHA TÉCNICA

a. Cobertura

Se analizaron los resultados de empresas ubicadas en las ciudades de: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Tunja, Ibagué, y Armenia.

b. Fecha

Primer semestre de 2012.

c. Tipo de muestra

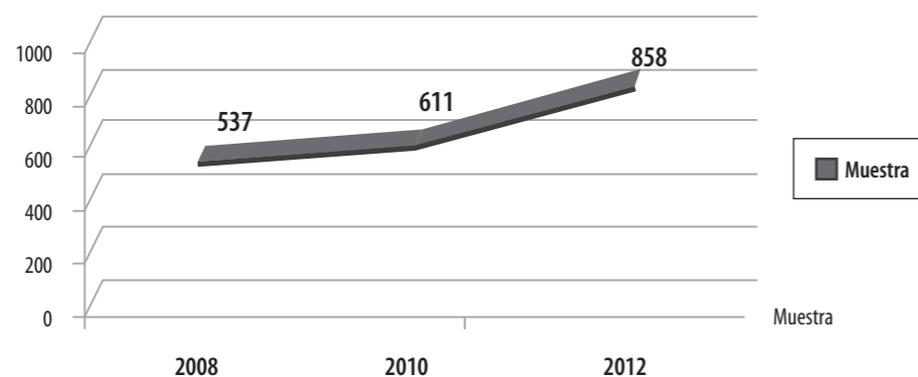
Al igual que en 2008 y 2010, la muestra fue de tipo estratificada proporcional al tamaño de la empresa. La unidad de análisis fue la percepción de los directivos de primero y segundo nivel de las empresas encuestadas.

4.3 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Se encuestaron 858 directivos de empresas pequeñas, medianas y grandes, pertenecientes a los siguientes sectores: agropecuario, comercial, minero, prestación de servicios, industria y otros.

La investigación realizada permite tener una mayor comprensión sobre qué motiva el soborno y qué medidas pueden frenar este fenómeno.

GRÁFICA No. 1
TAMAÑO DE MUESTRA DE LA ENCUESTA NACIONAL



El nivel de confiabilidad y diversidad regional ha mejorado progresivamente en las Encuestas Nacionales. En el año 2008 se entrevistaron 537 empresarios, en el año 2010 a 610 y en el año 2012 a 858 personas. El grado de confianza de los empresarios en la Encuesta se incrementa y se mejoran los resultados de la investigación por cobertura geográfica (representación de nueve ciudades en el país, entre ellas 5 de las 10 principales de Colombia), tamaño de empresa, sector económico y tipo de relación contractual con el Estado.

Tamaño y ubicación:

El número de empresas encuestadas por ciudad y tamaño fue de 858 distribuidas de la siguiente manera:

CUADRO No. 5
NÚMERO DE EMPRESAS ENCUESTADAS POR CIUDAD Y TAMAÑO DE EMPRESA

Ciudad	Grande	Mediana	Pequeña	TOTAL
Armenia	1	4	21	26
Barranquilla	4	7	15	26
Bogotá	179	128	198	505
Bucaramanga	3	3	15	21
Cali	29	26	39	94
Ibagué	2	4	51	57
Medellín	10	8	22	40
Pereira	1	6	37	44
Tunja	3	4	38	45
Total	232	190	436	858
Porcentaje	27%	22%	51%	100%

En esta oportunidad participaron en la encuesta pequeñas, medianas y grandes ciudades, que concentran la gran mayoría de las empresas del país. Igualmente, la muestra de grandes y pequeñas empresas aumentó considerablemente respecto a la Segunda Encuesta Nacional y se contribuye a mejorar la calidad del estudio. En el 2010, respondieron la encuesta 112 grandes empresas, 162 medianas y 337 pequeñas; en el 2012, se presentó un incremento porcentual de empresas encuestadas del 107% en el caso de las grandes (con 232 encuestas), un 17% en las medianas empresas (190 encuestas) y del 29% en las empresas pequeñas (436 encuestas).

Sector económico:

En cuanto a la distribución por sector económico, los sectores más representativos en la muestra son el de prestación de servicios y el comercial, seguidos de la industria y la agro-minería.

CUADRO No. 6
SECTORES ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS POR CIUDAD

	Agro-minería	Comercial	Prestación de servicios	Industria	Otros	Total
Armenia	2	6	12	5	1	26
Barranquilla	2	12	7	5	0	26
Bogotá	39	164	234	53	15	505
Bucaramanga	0	13	8	0	0	21
Cali	3	21	50	11	9	94
Ibagué	4	18	31	4	0	57
Medellín	4	14	19	3	0	40
Pereira	4	15	18	5	2	44
Tunja	9	15	17	2	2	45
Total	67	278	396	88	29	858
Porcentaje	8%	33%	46%	10%	3%	100%

La distribución por sector y tamaño se presenta de la siguiente manera:

CUADRO No. 7
TAMAÑO DE LAS EMPRESAS POR SECTOR

	Grande	Mediana	Pequeña	Total
Agro-minería	18	13	36	67
Comercial	52	54	172	278
Prestación de servicios	121	89	186	396
Industria	35	22	31	88
Otros	6	12	11	29
Total	232	190	436	858

En los sectores representativos de servicios y comercio las pequeñas empresas tienen un papel importante dentro de la muestra y reflejan la composición del empresariado colombiano.

Relaciones de Negocios con el Estado:

Un gran porcentaje de las empresas colombianas, el 66%, no contratan con el Estado, motivadas especialmente por la corrupción y la solicitud de sobornos por parte de funcionarios en el sector público y la competencia desleal. Sólo 294 empresas de 858 encuestadas, que constituyen el 34%, tienen contratación con el Estado.

Entre las grandes empresas el 43% de ellas contrata con el Estado, el 42% de las empresas medianas también lo hace y, se reduce el porcentaje de este tipo de contratación al 36% en las pequeñas empresas. Lo anterior, desmitifica la concepción que sólo las empresas grandes tienen el poder y la capacidad de contratar con el Estado, presentándose un importante número de empresas medianas y pequeñas que han incursionado en este nicho. Sin embargo resultados de la encuesta muestran a las pequeñas empresas con grandes dificultades en la implementación de mecanismos de control contra el soborno, por lo que se convierten en una interesante población para desarrollar procesos de transparencia y fortalecimiento ético empresarial.

CUADRO No. 8
CONTRATACIÓN CON EL ESTADO

	NO	SI	Total
Grande	133	99	232
Mediana	110	80	190
Pequeña	321	115	436
Total	564	294	858
Porcentaje	66%	34%	100%

4.4 Técnica de recolección de información

El formulario de la Encuesta fue diligenciado por escrito y en forma personal por directivos de primero y segundo nivel en las empresas. La mayoría de las encuestas se realizaron en sesiones presenciales y se incursionó, en menor medida, a través de un aplicativo de encuesta en línea.

Un gran porcentaje de las empresas colombianas, no contratan con el Estado, por la corrupción y la solicitud de sobornos por parte de funcionarios en el sector público y la competencia desleal.

4.5 Características del cuestionario

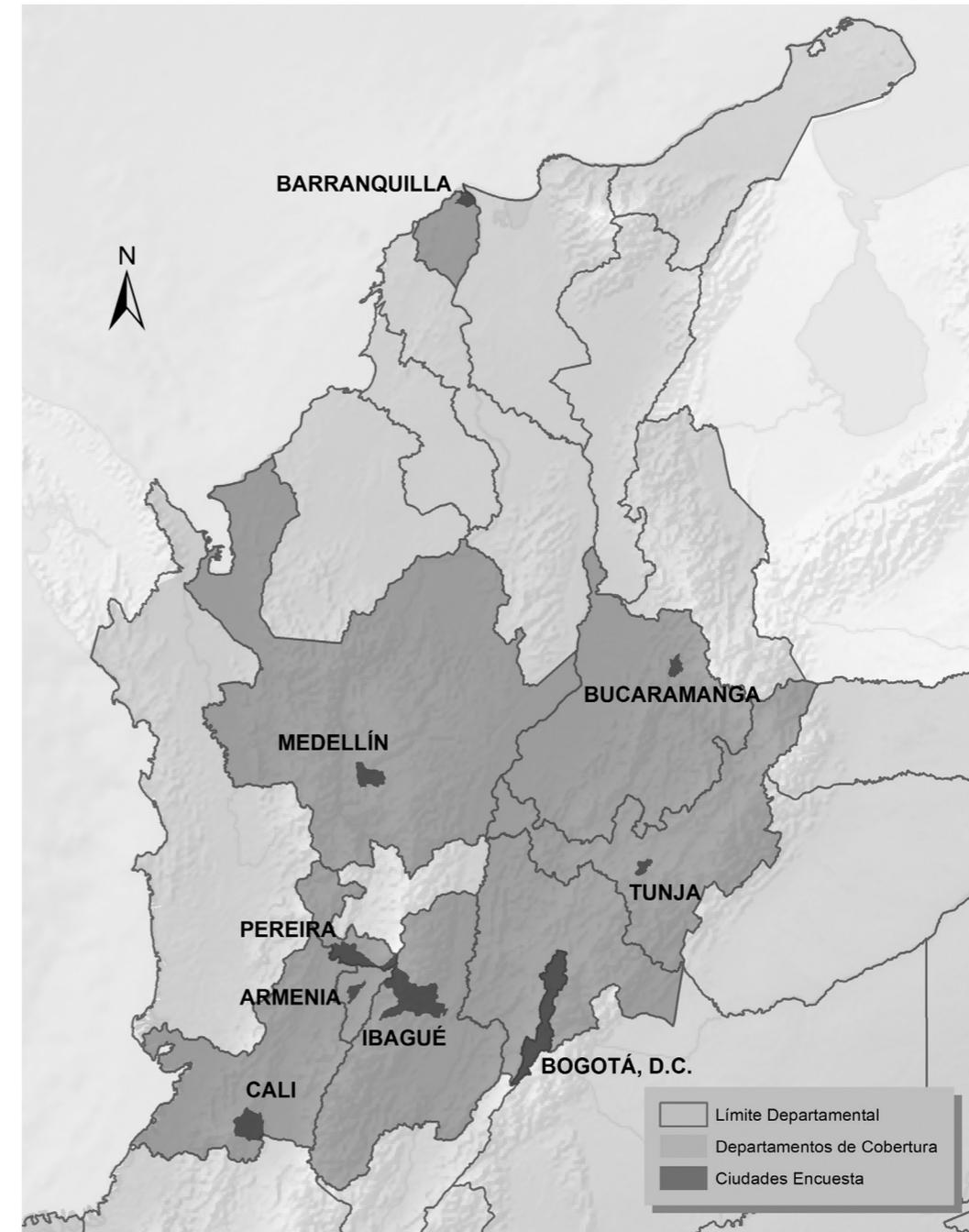
El cuestionario consta de 29 preguntas de selección múltiple, distribuidas en las siguientes cinco categorías:

1. Percepción sobre la ocurrencia, modalidades, motivaciones y presiones del soborno en el entorno de negocios en Colombia.
2. Percepción sobre porcentajes de los contratos destinados al soborno y sectores de mayor influencia sobre el alto gobierno
3. Prácticas para prevenir el soborno en las empresas que operan en Colombia en sus diversas modalidades, en los procesos internos de la empresa y en las relaciones con terceros.
4. Niveles de implementación para poner en práctica las acciones de prevención del soborno y la corrupción.
5. Conocimiento sobre el Estatuto Anticorrupción.

A pesar que la investigación asegura el anonimato y confidencialidad de los encuestados (incluido el no reporte de IP en el aplicativo electrónico), se presenta una situación parecida a los años 2008 y 2010 donde los empresarios se resisten a tratar el tema del soborno en forma abierta y optan por otros mecanismos que consideran minimizan el riesgo de identificación de las empresas encuestadas.

A pesar que la investigación asegura el anonimato y confidencialidad de los encuestados (incluido el no reporte de IP en el aplicativo electrónico), se presenta una situación parecida a los años 2008 y 2010, donde los empresarios se resisten a tratar el tema del soborno en forma abierta.

MAPA 1.
COBERTURA TERCERA ENCUESTA NACIONAL SOBRE PRÁCTICAS CONTRA EL SOBORNO



A large, stylized graphic of an eye in shades of gray, positioned on the right side of the page. The eye is composed of several overlapping curved shapes, creating a sense of depth and focus.

5. RESULTADOS

En este capítulo se presentan los principales resultados de la Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas, los cuales se complementan con análisis comparativos de algunos aspectos de la Primera Encuesta (2008) y la Segunda Encuesta (2010), para evidenciar avances y retrocesos en la percepción del sector privado en materia de prácticas contra el soborno.

Se contempla el análisis de resultados desde la perspectiva del tamaño de las empresas encuestadas –grande, mediana, pequeña–, con el fin de determinar cuál de estos segmentos se encuentra en una situación de mayor vulnerabilidad o en una fase incipiente o nula de implementación de prácticas contra el soborno y qué grupo concentra mejores prácticas que contribuyan a su prevención. Igualmente, se tiene en cuenta las relaciones de las empresas con el sector público mediante la contratación o no con el Estado.

Las 29 preguntas se agruparon en diez bloques de análisis:

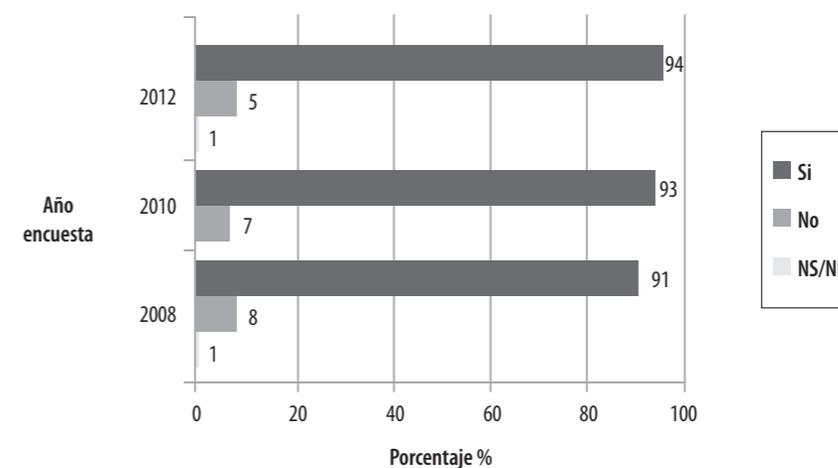
- ◆ Percepción del sector privado colombiano sobre la ocurrencia del soborno en su entorno de negocios, y modalidades utilizadas por los empresarios para sobornar.
- ◆ Percepción sobre motivaciones y presiones para sobornar en el entorno de negocios tanto con el sector público como con el privado.
- ◆ Percepción sobre porcentajes de los contratos destinados al soborno y sectores de mayor influencia sobre el alto gobierno.
- ◆ Prácticas para prevenir el soborno en sus diferentes modalidades.
- ◆ Prácticas para prevenir el soborno en procesos internos de la empresa.
- ◆ Prácticas para prevenir el soborno en relaciones con terceros.

- ◆ Percepción sobre la utilidad de las prácticas implementadas.
- ◆ Motivaciones y obstáculos de los empresarios para implementar prácticas de prevención del soborno.
- ◆ Grado de implementación de las prácticas contra el soborno y nivel de formalidad de las mismas.
- ◆ Conocimiento sobre el Estatuto Anticorrupción.

5.1 Percepción sobre la ocurrencia del soborno en su entorno de negocios y modalidades utilizadas por los empresarios para sobornar

Se mantiene una alta percepción sobre la ocurrencia de sobornos: En el año 2012, aumentó levemente el porcentaje de empresarios que consideran que se ofrecen sobornos en el entorno de los negocios (94.4%). El incremento paulatino de la percepción de ocurrencia del soborno desde el año 2008 (91%) y 2010 (93%) indica que la confianza en el contexto de los negocios en Colombia presenta un panorama negativo entre los empresarios, a la vez que se afianza la percepción sobre la necesidad del soborno para hacer negocios en el país.

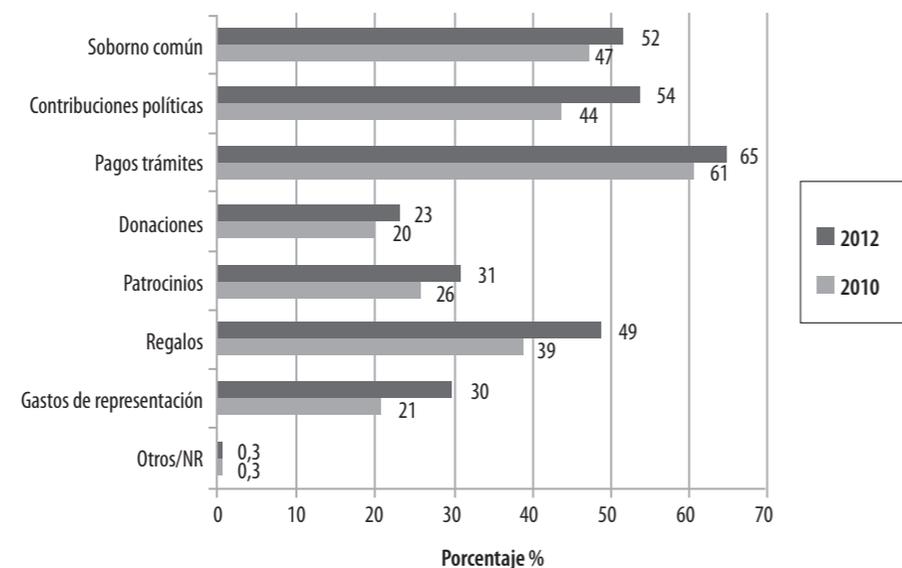
GRÁFICA NO. 2
¿USTED CONSIDERA QUE EN COLOMBIA HAY EMPRESARIOS QUE OFRECEN SOBORNOS DENTRO DEL GIRO DE SUS NEGOCIOS?



La confianza en el entorno de los negocios en Colombia presenta un panorama negativo entre los empresarios, a la vez que se afianza la percepción sobre la necesidad del soborno para hacer negocios en el país.

Persisten los pagos para agilizar o facilitar trámites como la principal modalidad de soborno: entre los empresarios que consideran que se ofrecen sobornos en el entorno de los negocios en Colombia, la principal modalidad usada con este fin es la de pagos para agilizar o facilitar trámites (65%), las contribuciones políticas (54%) es la segunda más utilizada y el soborno común se convierte en la tercera modalidad más recurrente (52%); los regalos (49%) también son considerados muy comúnmente como una forma para sobornar.

GRÁFICA NO. 3
SI LA RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR FUE "SÍ", ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES OPCIONES CONSIDERA QUE SON USADAS POR ESOS EMPRESARIOS PARA SOBORNAR?



Se incrementa la percepción del soborno en todas sus modalidades. Entre el año 2010 y el 2012 se percibe entre los empresarios un aumento del soborno en todas sus manifestaciones. El soborno común pasa de un 47% a un 52%, las contribuciones políticas aumentan en 10 puntos porcentuales del 44% al 54%, el pago de trámites pasa del 61% al 65%, las donaciones del 20% al 23%, los patrocinios del 26% al 31%, los regalos también tienen un aumento significativo del 39% al 49% y los gastos de representación se incrementa en 9 puntos porcentuales y pasa del 21% al 30%.

El promedio de incremento de la percepción de ocurrencia de soborno a través de sus diversas modalidades es de 6.6 puntos porcentuales, el cual es alto si se consideran que en estos dos años se han implementado normativas para contrarrestar la corrupción y para la eliminación y agilización de trámites (Ley Antitrámites).

La percepción del aporte de contribuciones privadas a campañas y partidos políticos aumentó en forma considerable. Las políticas anticorrupción implementadas en los últimos años no han logrado regular las contribuciones privadas a campañas electorales y partidos políticos, en las tres encuestas realizadas estas contribuciones se perciben como una de las modalidades principales de soborno. Esta modalidad presenta un comportamiento creciente de 10 puntos porcentuales para el 2012 (54%), frente a los resultados del 2010 (44%).

Las empresas que contratan con el Estado han sido más eficaces en disminuir las principales modalidades de soborno pero retroceden en las que se consideran secundarias: En la presente encuesta, si se tienen en cuenta sólo las empresas que contratan con el Estado, se pueden apreciar diferencias positivas respecto a los resultados generales, donde éstas presentan resultados de percepción más bajos que el promedio total en las siguientes modalidades: el pago por trámites, contribuciones políticas y el soborno común.

Sin embargo se retrocede en las modalidades "secundarias" y aumenta la percepción del soborno en: regalos, gastos de representación, patrocinios y las donaciones.

En este tipo de empresas se detectan algunos resultados positivos en relación con el sector público por la disminución del soborno en las modalidades consideradas "críticas" pero se han incrementado en otras que anteriormente no tenían tanta relevancia, incluso donde los regalos se convierten en la segunda modalidad de soborno en este sector de empresas.

En el año 2010 entre las empresas que contrataban con el Estado la principal modalidad de soborno era el pago para facilitar y agilizar trámites, con una percepción del 73%, lo que destaca que las prácticas contra el soborno han surtido efecto en la modalidad mencionada, disminuyendo en el 2012 al 61%.

Las políticas anticorrupción implementadas en los últimos años no han logrado regular las contribuciones privadas a campañas electorales y partidos políticos.

CUADRO No. 9
PORCENTAJES DE PERCEPCIÓN DE OCURRENCIA DEL SOBORNO
POR MODALIDAD EN EMPRESAS QUE CONTRATAN CON EL ESTADO

Modalidad soborno	Resultados promedio 2012 (%)	Resultados de empresas que contratan con el Estado (%)	Diferencia porcentual
Soborno común	52	51	-1
Contribuciones políticas	54	51	-3
Pagos trámites	65	61	-4
Donaciones	23	26	+3
Patrocinios	31	33	+2
Regalos	49	52	+3
Gastos de representación	30	34	+4

5.2 Percepción sobre motivaciones y presiones para sobornar en el entorno de negocios tanto con el sector público como con el privado, porcentajes de los contratos destinados al soborno y sectores de mayor influencia sobre el alto gobierno.

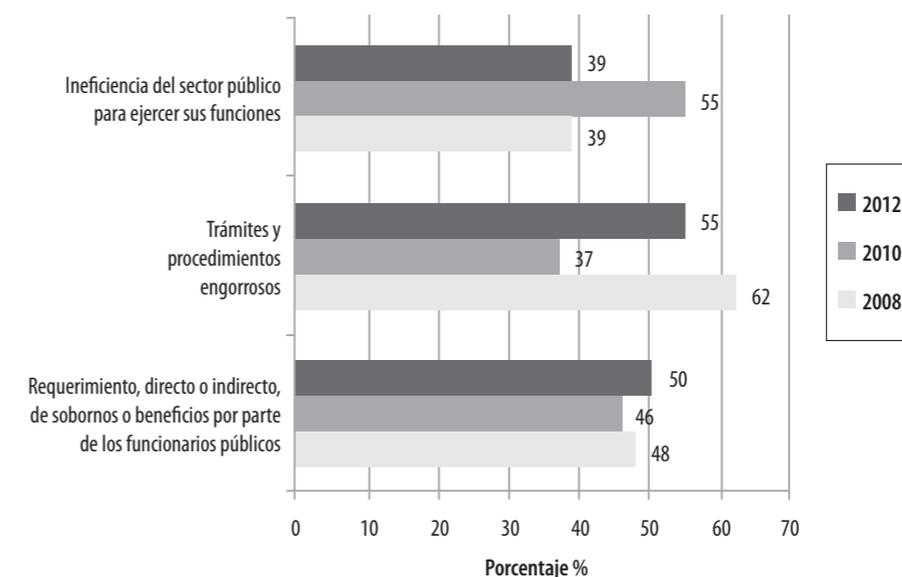
Los trámites y procedimientos engorrosos y el requerimiento de sobornos por parte de funcionarios públicos son los principales motivos de presión para la ocurrencia del soborno en el sector público. En el 2012 los empresarios consideraron que el principal motivo para ofrecer sobornos son los trámites y procedimientos engorrosos (55%), mientras que en el 2010 percibían que la mayor presión era la ineficiencia del sector público (55%). Se mantiene la percepción en la mitad de los empresarios que la segunda causa de presión (en las tres encuestas) es el requerimiento de los funcionarios públicos de sobornos y beneficios en forma directa o indirecta.

La percepción de la presión debida a trámites engorrosos era muy alta en el 2008 con un 62%, disminuyó en el 2010 al 37% y volvió a subir en el 2012 hasta un 55%. En cuanto a la ineficiencia del sector público en el 2008 la percepción de los empresarios como factor de presión era del 39%, aumentó en el 2010 al 55% y disminuyó en el 2012, nuevamente, al 39%.

En el 2012 los empresarios consideraron que el principal motivo para ofrecer sobornos son los trámites y procedimientos engorrosos (55%).

Diversos estudios internacionales han visibilizado las dificultades respecto a la realización de trámites en el sector público. El Gobierno Nacional reconoció que se tuvieron en cuenta las recomendaciones del informe “Doing Business 2011” con el fin de facilitar los negocios para la firma del Decreto 19 de 2012 conocido como Ley Antitrámites (facultado por el Estatuto Anticorrupción), con el fin de suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.

GRÁFICA No. 4
EN EL ENTORNO DE LOS NEGOCIOS CON EL SECTOR PÚBLICO, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES CONSIDERAN LOS EMPRESARIOS EN GENERAL COMO MOTIVOS DE PRESIÓN PARA DAR U OFRECER SOBORNOS?



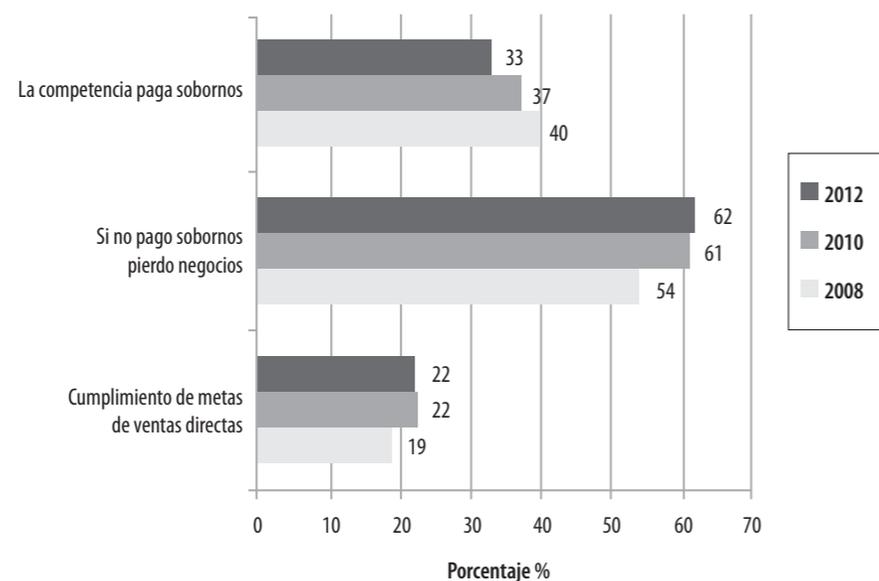
La percepción en el sector privado según la cual si “no se pagan sobornos, se pierden negocios” tiene niveles muy elevados. En el periodo 2010 a 2012, en el entorno de los negocios del sector privado se mantiene en niveles muy elevados la percepción de si no se pagan sobornos se pierden negocios (del 61% al 62%), el factor donde la competencia paga sobornos baja (del 37% al 33%) y se mantienen las razones para el cumplimiento de ventas internas (con un 22%).

El clima de los negocios en el sector privado presenta niveles muy elevados de presión para el ofrecimiento o recibo de sobornos, que distorsionan el mercado y llevan a considerar que estas prácticas indebidas hacen parte normal de los negocios en Colombia.

El clima de los negocios en el sector privado presenta niveles muy elevados de presión para el ofrecimiento o recibo de sobornos.

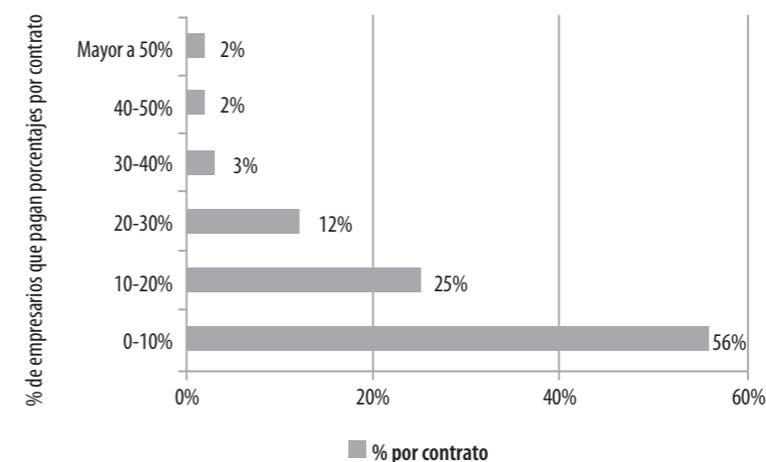
Del año 2010 al 2012 no cambia significativamente la percepción según la cual “si no se pagan sobornos, se pierden negocios” (del 61% al 62%), disminuye la consideración del pago de sobornos por parte de la competencia (del 37% al 33%) y las razones del pago de sobornos para cumplir las metas de ventas internas se mantienen estables (en el 22%).

GRÁFICA NO. 5
EN EL ENTORNO DE LOS NEGOCIOS CON EL SECTOR PRIVADO, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES CONSIDERAN LOS EMPRESARIOS EN GENERAL COMO MOTIVOS DE PRESIÓN PARA DAR U OFRECER SOBORNOS?



La percepción de los porcentajes pagados en forma secreta por la competencia, revela altos costos en la adjudicación de contratos. La mayor parte los empresarios, el 56%, consideran que la competencia para ganar la adjudicación de un contrato tiene que pagar de forma secreta hasta un diez por ciento del valor del mismo, una cuarta parte de ellos, el 25%, entre el diez y el veinte por ciento del contrato, el 12% de las empresas pagan entre el veinte y el treinta por ciento y los demás encuestados, el 7%, manifestaron que pagan valores superiores del treinta por ciento e incluso se encuentran casos donde el pago excede la mitad del contrato.

GRÁFICA NO. 6
¿QUÉ PORCENTAJE DEL VALOR DEL CONTRATO CREE USTED QUE SU COMPETIDOR TENDRÍA QUE PAGAR DE MANERA SECRETA PARA ASEGURAR SU ADJUDICACIÓN?



A nivel nacional la percepción de los empresarios en cuanto a pagos secretos por parte de la competencia para asegurar un contrato asciende a un promedio de 14,87% ¹⁸ del valor del mismo.

La percepción del valor promedio de pagos secretos es importante dado que desde el 2006 no se contaba con información en este aspecto, año en el cual fue realizada la última Encuesta de Probidad de Confecámaras, donde la iniciativa privada del soborno en los contratos con el Estado tenía un promedio nacional del 12,91%.

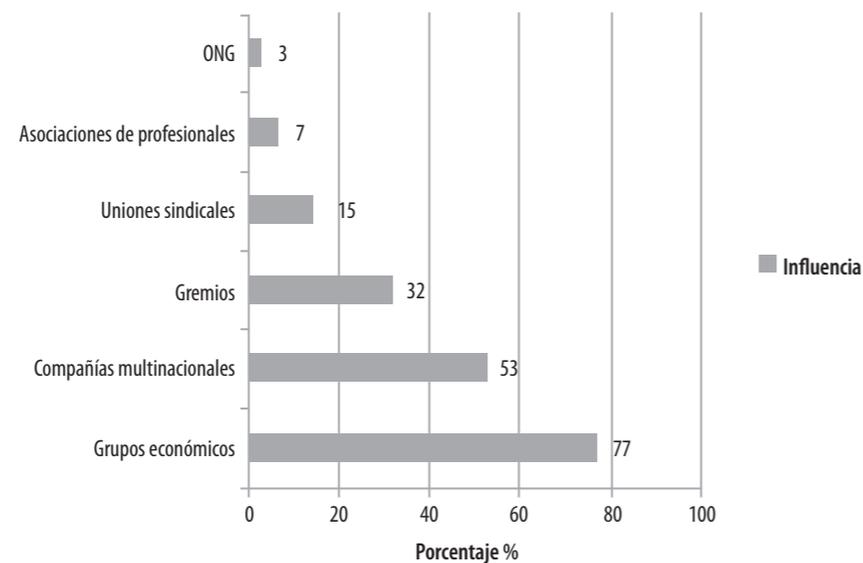
Se aclara que no es posible realizar comparaciones entre los dos estudios ya que en esta Tercera Encuesta Nacional se pregunta por la percepción de los empresarios sobre el valor que tendrían que pagar para ganar la adjudicación de un contrato y la Encuesta de Probidad la responden empresarios proponentes que tuvieron conocimiento real de pagos extraoficiales o sobornos hechos por miembros del sector privado con el fin de incidir en la adjudicación del contrato.

¹⁸ Este cálculo se realizó mediante el método de media recortada, la cual elimina los datos extremos del 5% en cada una de las colas inferior y superior de la distribución, convirtiéndose en un estadístico robusto.

A nivel nacional la percepción de los empresarios en cuanto a pagos secretos por parte de la competencia para asegurar un contrato asciende a un promedio de 14,87% del valor del mismo.

El “sector real” del país tiene la mayor capacidad de influencia sobre las más altas autoridades del Gobierno. En estos contextos de percepción de corrupción generalizada y de los altos costos que estas prácticas generan para el desarrollo de un país, se preguntó a los empresarios por la capacidad de los diversos grupos para influenciar sobre las más altas autoridades del país. Capacidad tanto en forma negativa por la posibilidad de adaptar las legislaciones y decisiones a la medida de intereses particulares y privados, como capacidades en forma positiva para presionar y exigir mayores controles, ambientes transparentes de negocio y normas que propendan por el bien común y combatan el soborno y la corrupción.

GRÁFICA No. 7
¿CUÁL O CUÁLES DE LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES CREE USTED QUE ESTÁN EN CAPACIDAD DE INFLUENCIAR A LAS MÁS ALTAS AUTORIDADES DEL GOBIERNO?



Los grupos económicos tienen mayor influencia sobre las más altas autoridades, seguidos de las compañías multinacionales y los gremios económicos.

La percepción entre los empresarios es que los grupos económicos tienen mayor influencia sobre las más altas autoridades (77%), seguidos de las compañías multinacionales (53%) y los gremios económicos (32%). La influencia de las organizaciones de la sociedad civil es mucho menor que las organizaciones económicas, la más importante es la realizada por las uniones sindicales (15%). Las asociaciones de profesionales y las ONG tienen una baja influencia sobre las altas autoridades, a pesar que estas últimas se convierten en referente para la implementación de políticas anticorrupción, por su legitimidad, independencia, reconocimiento y capacidad de convocatoria.

5.3 Prácticas para prevenir el soborno en sus diferentes modalidades

a. En trámites ante entidades públicas

Las prácticas para prevenir el soborno ante entidades públicas son deficientes. El conocimiento del conducto regular en los trámites no está suficientemente extendido, algunos empresarios realizan investigaciones sobre trámites en que es común el pago de comisiones, las posiciones de rechazo frente al pago de comisiones indebidas no son contundentes y la información de la posición empresarial frente a empleados y terceros es baja.

En relación con la ejecución de cualquier tipo de trámite requerido frente a entidades públicas, la empresa:	Porcentaje
Conoce el conducto regular para llevarlos a cabo	54%
Investiga los trámites en que es común el pago de comisiones indebidas para su agilización	11%
Tiene una posición de rechazo frente al pago de comisiones indebidas para agilizar los trámites	51%
Da a conocer a sus empleados y terceros su posición frente a este tipo de trámites	34%
Ninguna	14%

Respecto a la situación del año 2010, se presenta una leve mejoría en las prácticas de prevención del soborno, especialmente, en el aspecto donde se da a conocer a empleados y terceros la posición de los empresarios frente a trámites en entidades públicas, el cual pasó de un 27% a un 34%.

b. En las contribuciones políticas

Aunque la mitad de las empresas realizan contribuciones a campañas políticas, los controles y transparencia sobre las mismas son casi inexistentes. La prevención del soborno no ha sido efectivo en su relación con las contribuciones a campañas políticas, ya que la mitad de los empresarios realizan este tipo de aportes pero los empleados tienen información baja o nula en el tema; respecto a

terceros, hay muy poca transparencia con la información y no se tienen controles contables de estas transacciones. En un tema tan significativo para el entorno de negocios, el 29% de los empresarios no tienen prácticas definidas respecto a las contribuciones políticas.

En relación con contribuciones políticas, la empresa:	Porcentaje
Tiene como regla nunca hacer contribuciones políticas	50%
Evalúa la existencia de posibles conflictos de intereses con el partido o campaña política beneficiaria de la contribución	10%
Lleva un registro contable exacto de las contribuciones políticas que realiza	6%
Brinda información a quien lo solicite sobre las contribuciones políticas realizadas	4%
Se cuida de no obtener ventajas sobre sus competidores a través de las contribuciones políticas	14%
Da a conocer a sus empleados y terceros su posición frente a las contribuciones políticas	18%
Ninguna	29%

Respecto al año 2010 aumentó el porcentaje de empresarios que no hacen contribuciones (pasa del 46% al 50%), se cuidan más de no obtener ventajas sobre los competidores por este aspecto (aumenta del 11% al 14%) y los empleados conocen un poco más de la posición del empresario sobre este tema (sube del 15% al 18%). Sin embargo, han disminuido los controles contables (del 8% al 6%), la información a terceros sobre las contribuciones es casi nula (disminuye del 6% al 4%) y la evaluación sobre conflictos de intereses con los partidos y campañas políticas no es una prioridad (8% en el 2010 y 10% en el 2012).

Los empresarios consideran que han mejorado sus prácticas contra el soborno por el camino de disminuir las contribuciones políticas y la competencia desleal, pero al mismo tiempo no mejoran en la implementación de controles e información al público, lo cual hace muy difícil que dichas afirmaciones puedan ser corroboradas.

Los empresarios consideran que han mejorado sus prácticas contra el soborno por el camino de disminuir las contribuciones políticas y la competencia desleal, pero al mismo tiempo no mejoran en la implementación de controles e información al público.

c. En las donaciones

En el momento de realizar donaciones, la empresa:	Porcentaje
Define topes máximos de donaciones en dinero o su equivalente en especie	25%
Brinda información a quien lo solicite sobre las donaciones realizadas	19%
Hace seguimiento a la destinación del dinero donado	19%
Rechaza la obtención de cualquier beneficio particular adicional a lo legalmente establecido a cambio de una donación	19%
Da a conocer a sus empleados y terceros su posición frente a las donaciones	20%
Lleva un registro contable exacto de las donaciones que otorga	24%
Ninguna	39%

Los controles y seguimiento a las donaciones son muy bajos. Las donaciones son otro cuello de botella en la lucha contra la corrupción y el soborno. Un bajo porcentaje de los empresarios define topes máximos y no llevan un registro contable de las mismas. No se brinda información clara sobre las donaciones, no hay un rechazo sobre la obtención de beneficios de ellas, los empleados no conocen la posición sobre el tema y el seguimiento a la destinación de las donaciones es ínfimo. Controles mínimos y laxitud en su uso, son dos ingredientes que hacen de las donaciones un canal adicional que favorece la corrupción. El 39% de los encuestados no tienen prácticas identificables en cuanto a las donaciones.

Respecto a la anterior encuesta se ha obtenido una mejoría en casi todos los aspectos; se exceptúa el registro contable de las donaciones, el cual disminuye del 27% al 24%. En puntos porcentuales, comparando los resultados con el 2010, la definición de topes máximos aumenta 5 puntos, brindar información sube 5 puntos, el seguimiento a la destinación en 2 puntos, el conocimiento a los empleados 1 punto. Los empresarios que no realizan donaciones se mantuvieron en un 39%.

d. Patrocinios

En relación con los patrocinios, la empresa:	Porcentaje
Hace seguimiento al uso correcto de los patrocinios que otorga	26%
Antes de otorgar un patrocinio, analiza la idoneidad y la capacidad de la organización destinataria	30%
Evalúa la posible existencia de conflictos de intereses con la organización destinataria que pueda afectar la transparencia del patrocinio	14%
Brinda información a quien lo solicite sobre los patrocinios otorgados y/o recibidos	15%
Se abstiene de otorgar un patrocinio en circunstancias en las que pudiera influenciar un proceso licitatorio	19%
Lleva un registro contable exacto de los patrocinios que acepta y/o otorga	17%
Ninguna	41%

Los patrocinios no llevan un control y seguimiento adecuados. Los patrocinios tienen un panorama similar al de las donaciones. Muy pocas empresas analizan las organizaciones beneficiarias en forma previa para ver su capacidad e idoneidad, el seguimiento y control contable es muy bajo, así como la información a terceros. Una gran parte de los empresarios (41%) no implementan prácticas de prevención en este tema.

Entre la encuesta del 2010 y la del 2012, se han mantenido estables la gran mayoría de los ítems estudiados respecto a patrocinios (con diferencias entre 1 y 2 puntos porcentuales), se mejoran significativamente (del 25% al 30%) el análisis de las organizaciones destinatarias y el brindar información sobre los patrocinios (del 11% al 15%).

Las prácticas de prevención, relacionadas con los regalos y gastos de representación, son deficientes ya que no se definen topes máximos para los mismos.

e. Regalos y gastos de representación

Frente a regalos y gastos de representación, la empresa:	Porcentaje
Ha definido topes máximos para los regalos y gastos de representación que se pueden ofrecer o recibir	32%
Brinda información a quien lo solicite sobre los regalos y gastos otorgados y/o recibidos	15%
Lleva un registro contable exacto de los regalos y reembolsos de gastos que aceptaron y/o otorgaron	23%
Se asegura que a través de los regalos otorgados y/o recibidos no se genere obligación alguna para el beneficiario	25%
Da a conocer a sus empleados y terceros su posición frente al manejo de regalos y gastos de representación	25%
Ninguna	35%

No hay claridad ni políticas adecuadas respecto a los regalos y gastos de representación. Las prácticas de prevención, relacionadas con los regalos y gastos de representación, son deficientes ya que no se definen topes máximos para los mismos. Adicionalmente los registros contables son precarios, los conflictos de interés no se definen claramente y la información a empleados y terceros no es la adecuada; una tercera parte de los empresarios (35%) no han definido prácticas de control de soborno en estos temas.

En comparación con el año 2010, han mejorado algunos aspectos, especialmente en la información a terceros que pasa del 10% al 15% y los registros contables que aumentaron del 20% al 23%.

La percepción que los regalos son una modalidad de soborno ha aumentado entre el 2010 y el 2012, del 39% al 49%, lo cual aunado a los bajos controles y poca implementación de prácticas de prevención, aumentan los riesgos en el entorno de los negocios para que ésta práctica indebida se posicione a futuro como una de las principales modalidades de soborno.

5.4 Prácticas para prevenir el soborno en procesos internos de la empresa

a. Controles internos y auditorías

En relación con controles internos y auditorías, la empresa:	Porcentaje
Hace auditorías periódicas para vigilar la procedencia y destino de pagos a terceros	46%
Cuenta con un sistema para asegurar que los registros contables se lleven con exactitud y veracidad	51%
Cuenta con controles internos que comprueben que los pagos y recibos han sido autorizados debidamente	49%
Cuenta con algún comité de auditoría encargado de vigilar la efectividad de los controles internos	27%
Cuenta con una adecuada división de funciones para prevenir riesgos en el proceso de pago y recibos de terceros	27%
Ninguna	18%

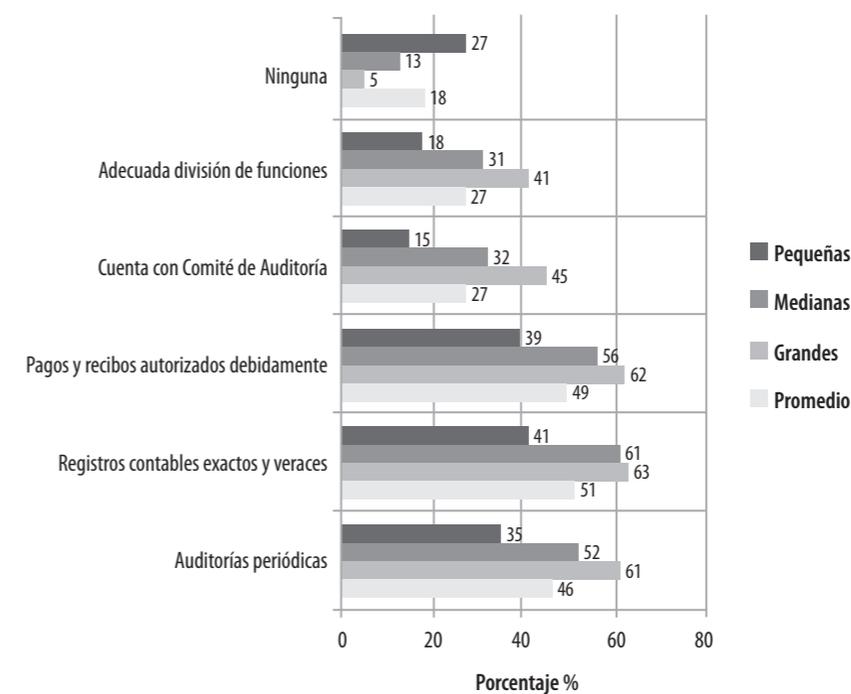
Las pequeñas empresas tienen mayores debilidades en la implementación de controles internos y auditorías. Aunque la mitad de las empresas llevan procesos contables exactos y veraces, con una capacidad de ejercer control y auditoría sobre los mismos, la otra mitad adolece de los mismos. La gran mayoría de los empresarios considera que no tienen comités especiales para vigilar la efectividad de los mismos y que adolecen de una adecuada división de funciones para la prevención de riesgos. En el 18% de los casos no se tiene ningún tipo de control interno o auditoría.

En comparación con el año 2010, se incrementaron las prácticas tendientes a mejorar los procesos internos y de auditorías. Entre las mejoras más significativas se encuentran que la realización de auditorías subió del 37% al 46% en el 2012, los sistemas de aseguramiento de los registros contables aumentó del 44% al 51% y los controles internos sobre pagos y recibos pasó de un 42% a un 49%.

Según el tipo de empresas, las grandes han minimizado los riesgos y cuentan con mayores fortalezas que las medianas y pequeñas. La presencia de controles y auditorías es menor en las medianas empresas y disminuye en las empresas pequeñas. En términos generales las pequeñas empresas están muy por debajo del promedio

de la encuesta en todos los aspectos de control y auditoría. En este sentido hay consideraciones que los costos de implementar este tipo de prácticas es muy alto y son casi imposibles de alcanzar por las pequeñas empresas, pero en realidad el mayor reto es implementarlas como parte de una cultura organizacional.

GRÁFICA No.8
CONTROLES INTERNOS Y AUDITORÍAS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA (%)



b. Canales para denunciar casos de soborno

En relación con canales de comunicación, la empresa:	Porcentaje
Cuenta con canales de comunicación confidenciales para empleados que solicitan orientación o quieren denunciar hechos de soborno, sin riesgo de represalias	36%
Cuenta con canales de comunicación confidenciales para terceros que soliciten orientación o quieren denunciar hechos de soborno, sin riesgo de represalias	20%
Ninguna	58%

Hay consideraciones que los costos de implementar este tipo de prácticas es muy alto, pero en realidad el mayor reto es implementarlas como parte de una cultura organizacional.

Hay una muy baja implementación de canales de comunicación para la denuncia del soborno. Los canales confidenciales de comunicación para la denuncia de casos de soborno en las empresas son nulos o se encuentran en un bajo desarrollo. La gran mayoría de los empresarios (el 58%) no cuentan con canales de este tipo, una tercera parte lo tiene implementado a nivel interno (36%) y sólo una quinta parte de las empresas lo ofrece a terceros (20%). La situación entre el año 2010 y el 2012 no ha cambiado y se mantienen los mismos porcentajes, con una diferencia de sólo un punto porcentual entre año y año.

En las empresas que contratan con el Estado estos porcentajes mejoran levemente. En promedio los canales internos de denuncia suben al 39%, los canales para terceros al 26% y la no implementación baja al 55%, pero resultan insuficientes para realizar un control adecuado frente a las prácticas de soborno y así poder implementar los mecanismos de prevención pertinentes recogidos a través de la denuncia por canales confidenciales.

c. Capacitación y mejoramiento del recurso humano

En relación con recursos humanos, la empresa:	Porcentaje
Incorpora lineamientos sobre prácticas antisoborno en las capacitaciones y comunicaciones internas de la empresa	37%
Asegura que ningún empleado será trasladado a un cargo menor, penalizado o sujeto de consecuencias negativas si se rehúsa a pagar sobornos	16%
Promueve que los empleados contribuyan a la prevención del soborno como condición contractual para la vinculación laboral	31%
Es supervisada por la Junta Directiva para conducirse de acuerdo a parámetros definidos en relación con el soborno en cualquiera de sus formas	18%
Ninguna	40%

El mejoramiento del recurso humano todavía no es una prioridad en las empresas, pero se observan cambios organizacionales positivos. Aunque no se tiene generalizada una cultura empresarial contra el soborno y un ambiente propicio para su prevención, se observan avances lentos pero progresivos en cuanto a la capacitación y mejoramiento de los recursos humanos en las empresas. Un 37% de las empresas tienen incorporados lineamientos sobre prácticas antisobornos en las capacitaciones

y comunicaciones internas, un 16% asegura que los empleados no serán penalizados por rehusarse a pagar sobornos, el 31% promueven entre empleados la prevención del soborno y un 18% tienen supervisión por la Junta Directiva. La no implementación de prácticas para el mejoramiento del recurso humano cubre el 40% de las empresas. Algunos de estos cambios positivos se han dado desde el año 2010 cuando el 30% de las empresas incorporaba lineamientos sobre prácticas antisoborno, y en el 2012 se incrementó al 37% de ellas.

En estas condiciones se propende por un recurso humano mejor capacitado, con mayor supervisión en la materia por parte de las directivas, sin temores de ser sancionados si no realiza sobornos para mejorar los niveles de ventas y que no sean degradados por tener un comportamiento ético que deleve este tipo de prácticas dentro de la empresa.

d. Sanciones

En relación con sanciones, la empresa:	Porcentaje
Establece sanciones para aplicar a un empleado en el momento en que incurra en un intento o en un acto de soborno	42%
Informa a los empleados de las sanciones que se les pueden aplicar en el momento de cometer un acto de soborno	45%
Ninguna	37%

Las empresas no son contundentes con las sanciones al soborno. Las empresas no son contundentes en la aplicación de medidas contra el soborno en empleados que incurren en esta práctica o el intento de ella. Sólo el 42% de las empresas establecen sanciones al empleado, el 45% informa sobre las sanciones que pueden aplicar y un 37% no aplica medida alguna.

Un avance importante en esta Tercera Encuesta, es que un 42% de los empresarios en esta oportunidad establecen sanciones para aplicar a sus empleados en el momento que se incurra en un intento o acto de soborno, frente a un 36% reflejado en la Segunda Encuesta. Este aumento significativo demuestra que las empresas están mejorando frente a sus políticas de sanción de malas prácticas.

Se propende por un recurso humano mejor capacitado, con mayor supervisión en la materia por parte de las directivas, sin temores de ser sancionados y que no sean degradados por tener un comportamiento ético.

5.5 Prácticas para prevenir el soborno en relaciones con terceros

a. Empresas asociadas y alianzas estratégicas

En relación con empresas asociadas y alianzas estratégicas, la empresa:	Porcentaje
No tiene empresas asociadas	43%
Verifica previamente la idoneidad, reputación y posición frente al soborno de aquellas empresas con las cuales espera iniciar un proceso de asociación	23%
Se asegura que la empresa asociada esté alineada en relación con su posición de rechazo al soborno y prácticas indebidas	22%
Considera que involucrarse en un acto de soborno hace parte de las causales de terminación de la asociación	19%
Ninguna	20%

El nivel de control con empresas asociadas y aliados estratégicos es bajo. El 43% de los empresarios no tienen empresas asociadas. Entre las empresas que tienen asociadas y alianzas estratégicas el nivel de control y seguimiento hacia las mismas es muy bajo, en promedio sólo la quinta parte de las empresas se aseguran que sus asociadas estén alienadas con una posición de rechazo al soborno y que tengan claro que este tipo de prácticas indebidas son causales de terminación de dicha asociación. El 20% de las empresas no tienen posiciones definidas respecto a las empresas asociadas. Entre los cambios positivos del 2010 al 2012 se encuentran el aumento del 20% al 23% de las empresas que verifican la idoneidad de sus asociados y el crecimiento del 16% al 19% de las empresas que consideran los actos de soborno como causal de terminación de la sociedad.

b. Sucursales y subsidiarias

En relación con sucursales y subsidiarias, la empresa:	Porcentaje
No tiene sucursales ni subsidiarias	56%
Hace extensiva su posición de rechazo al soborno a sus sucursales y subsidiarias	21%
Se asegura que sus sucursales y subsidiarias estén alineadas en relación con su posición de rechazo al soborno y prácticas indebidas	14%
Ha establecido sanciones para las sucursales y subsidiarias en caso de que se involucren en un acto de soborno	8%
Informa a las sucursales y subsidiarias sobre las sanciones que se aplican en caso de incurrir en un acto de soborno	12%
Ninguna	17%

Las empresas son mucho más laxas y flexibles en la prevención y la sanción del soborno con sus sucursales y subsidiarias. El 56% de las empresas no tienen sucursales y subsidiarias. La claridad respecto al rechazo al soborno, la alineación de políticas y posiciones en el tema, el establecimiento de sanciones y la información sobre las consecuencias de este tipo de actos, es mucho más baja que la empleada a nivel principal o con empresas asociadas. A nivel general se aprecia un leve retroceso desde el año 2010 en relación con subsidiarias y sucursales. La información de la posición de rechazo al soborno y de información a las sucursales de sanciones por actos de soborno aumentaron 2 puntos porcentuales cada una; disminuyó el que estén alineadas con una posición de rechazo, del 19% al 14%; y el establecimiento de sanciones a las mismas se redujo del 11% al 8%.

c. Contratistas y proveedores

En relación con contratistas y proveedores, la empresa:	Porcentaje
Realiza una verificación previa de datos de los contratistas y proveedores para conocer su idoneidad	64%
Asegura que los contratistas y proveedores conozcan su posición de rechazo al soborno y prácticas indebidas	29%
Se reserva el derecho de terminación del contrato ante un ofrecimiento y/o pago de un soborno por parte de los contratistas y proveedores	28%
Cuenta con un mecanismo que asegure un proceso de adquisiciones y compras justo, transparente y que evada la corrupción	30%
Aplica una evaluación consistente de las ofertas recibidas	36%
Ninguna	14%

Las empresas son más fuertes en la verificación de datos que en la extensión de políticas contra el soborno con sus contratistas y proveedores. En relación con contratistas y proveedores un porcentaje significativo de las empresas (64%) realizan una verificación de datos e idoneidad, pero es más flexible a la hora de asegurar que estos conozcan la posición de la empresa sobre el rechazo al soborno y las medidas aplicadas por la empresa en su prevención y sanción (estas medidas promedian un 30% aproximadamente). El 14% respondió que no tiene medidas y políticas con terceros.

Es de resaltar que desde el 2010 las empresas que realizan verificación de datos e idoneidad a contratistas y proveedores aumentaron del 56% al 64%, al igual que la

Las empresas son mucho más laxas y flexibles en la prevención y la sanción del soborno con sus sucursales y subsidiarias.

reserva del derecho de terminación del contrato por actos de soborno se incrementó del 22% al 28% y la realización de una evaluación consistente de las ofertas recibidas pasó del 30% al 36%. Estos aumentos reflejan que los empresarios comprenden la importancia de la creación de relaciones de confianza y de reglas claras con sus proveedores y contratistas como mecanismos de lucha contra la corrupción.

d. Representantes de ventas

En relación con los representantes de ventas, la empresa:	Porcentaje
Asegura que las comisiones y honorarios pagados a los representantes sean proporcionales a los servicios que prestan	51%
Realiza una verificación previa de datos para corroborar la idoneidad y reputación de los representantes	31%
Hace explícito en el contrato de vinculación con el representante, la terminación del mismo ante un pago u ofrecimiento de soborno	20%
Da a conocer su posición de rechazo al soborno a los representantes de ventas	31%
Cuenta con mecanismos para asegurar que a través de sus representantes no se canalicen pagos indebidos a terceros	18%
Define que el pago a sus representantes solamente se haga a través de cuentas bancarias	26%
Ninguna	24%

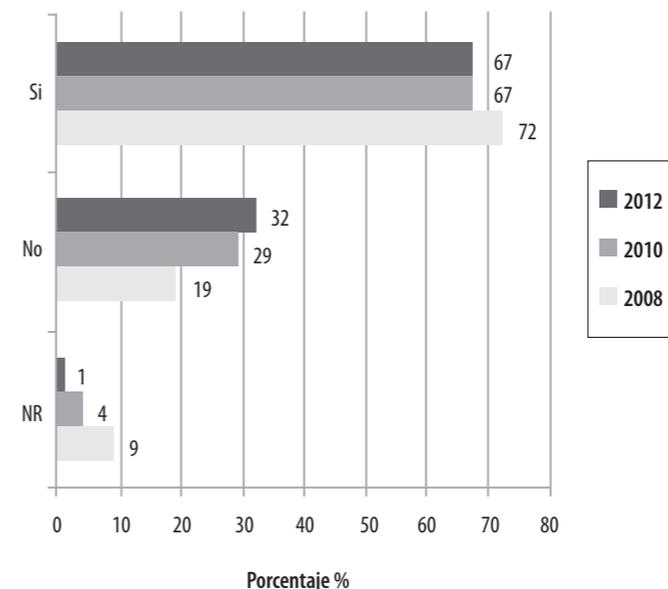
Las prácticas de prevención del soborno, relacionadas con los representantes de ventas son muy débiles. Los empresarios sólo verifican los datos de idoneidad y reputación de los representantes de ventas en un 31% de los casos. Los niveles de información sobre las políticas empresariales antisoborno y la aplicación de medidas como la terminación de los contratos en caso de incurrir en prácticas indebidas también son bajos y se ubican en un 31% y 21% respectivamente. El aseguramiento de no canalización de sobornos a través de ellos se ubica en el 18%. El 24% de las empresas no tienen medidas específicas con los representantes de ventas. En términos generales menos de la tercera parte de las empresas tiene prácticas adecuadas para evitar la corrupción entre los representantes de ventas.

Las mejoras respecto al año 2010 se identifican en la verificación de datos que aumenta del 26% al 31% en el 2012 y el conocimiento de la posición de rechazo al soborno que se incrementa del 27% al 31%.

5.6 Percepción sobre la utilidad de las prácticas implementadas

a. Utilidad de las prácticas contra el soborno

GRÁFICA No.9
¿CONSIDERA QUE LAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES QUE USTED APLICA Y A LAS QUE SE REFIEREN LAS ANTERIORES PREGUNTAS SIRVEN PARA COMBATIR EL SOBORN?



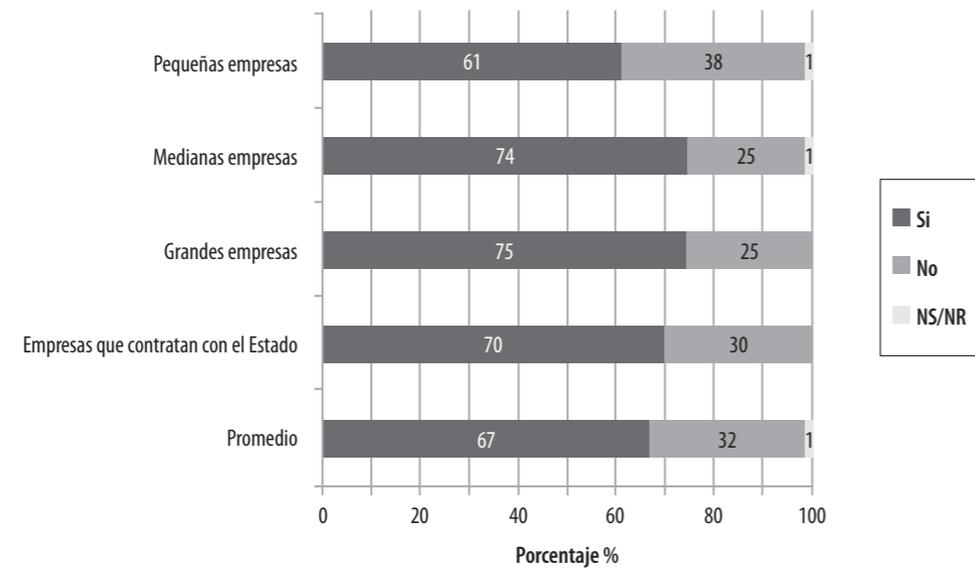
Se mantiene la alta percepción de la utilidad de las herramientas mencionadas en los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno. El 67% de los empresarios considera que las prácticas antisoborno aplicadas por ellos y las mencionadas anteriormente son de utilidad para luchar contra este flagelo y sólo un 32% consideran que no tienen utilidad (aumenta levemente un 3% respecto al año 2010). Es significativo y preocupante que la percepción de utilidad haya disminuido desde el 2008 cuando se realizó el primer estudio nacional.

En cuanto a tamaño las grandes y medianas empresas se ubican por encima del promedio que consideran útiles las herramientas de los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno con un 75% y 74% respectivamente, las pequeñas empresas tienen el porcentaje más bajo de percepción de utilidad con un 61%. Las empresas

Se mantiene la alta percepción de la utilidad de las herramientas mencionadas en los Principios Empresariales. El 67% de los empresarios considera que las prácticas antisoborno, son de utilidad para luchar contra este flagelo.

que tienen contratación con el Estado también tienen un porcentaje por arriba del promedio y el 70% de ellas consideran las herramientas de utilidad.

GRÁFICA No.10
UTILIDAD DE LAS PRÁCTICAS POR EMPRESAS QUE CONTRATAN CON EL ESTADO Y POR TAMAÑO DE LA EMPRESA



5.7 Incentivos y obstáculos para implementar prácticas de prevención del soborno

a. Incentivos

¿Qué motiva a su empresa a implementar prácticas que contribuyan a prevenir el soborno?	Porcentaje	% empresas con contratos estatal
Reducir costos de gestión	12%	12%
El sentido ético en la sostenibilidad de los negocios	66%	69%
Reputación	57%	62%
Relaciones a largo plazo	37%	42%
Diferenciación	23%	26%
Las nuevas tecnologías de contratación por parte del sector público invitan a hacer negocios transparentes	9%	13%
Ninguna	12%	9%

Predominan los incentivos éticos sobre los económicos y operacionales para la implementación de prácticas contra el soborno. Es significativo que los mayores incentivos para la prevención del soborno en el entorno de los negocios tienen que ver con el sentido ético en la sostenibilidad de los negocios (66%), la reputación empresarial (57%) y las relaciones a largo plazo (37%). En segundo plano quedan factores de diferenciación (23%), la reducción de costos de gestión (12%) y la implementación de TIC para la transparencia (9%).

La percepción de estos incentivos éticos y de reputación es mayor en las empresas que contratan con el Estado cuyos resultados superan por algunos puntos porcentuales el promedio de la encuesta.

Estos resultados son importantes debido a que se percibe que las empresas acceden a la implementación de prácticas antisoborno por políticas de sostenibilidad a largo plazo y reputación corporativa, más que por factores de ahorro en costos de gestión. Igualmente, pone de relieve que las empresas prestan mayor atención a formas de sanción social y escándalos públicos, y no tanto a sanciones económicas por parte de los organismos de control.

b. Obstáculos

¿Qué desalienta a su empresa a implementar prácticas que contribuyan a prevenir el soborno?	Porcentaje	% empresas con contratos estatales
La corrupción en el sector público	50%	42%
Las acciones deshonestas de la competencia	38%	54%
El mercado no reconoce estos esfuerzos	26%	26%
Implica gastos adicionales	10%	8%
Ninguna	28%	29%

La corrupción en el sector público y la competencia desleal son los mayores obstáculos para la implementación de prácticas contra el soborno. Las dos razones principales que desalientan a las empresas a implementar prácticas de prevención del soborno son la corrupción en el sector público (50%) y las acciones deshonestas de la competencia (38%). El no reconocimiento de estos esfuerzos (26%) y la implicación de gastos adicionales (10%) son razones secundarias en la consideración de obstáculos

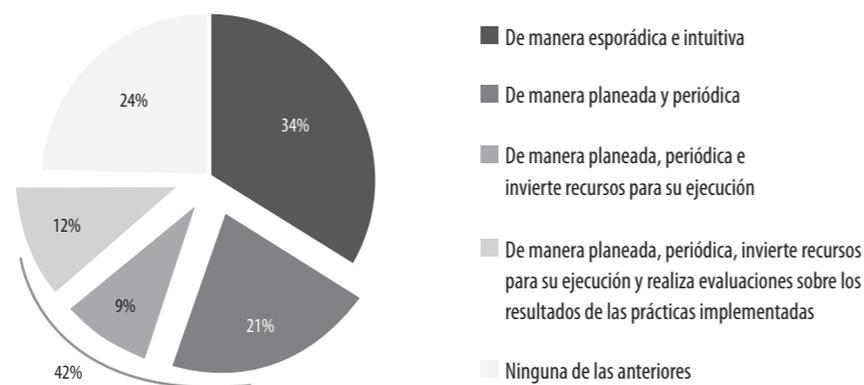
Predominan los incentivos éticos sobre los económicos y operacionales para la implementación de prácticas contra el soborno.

para dicha implementación. Es muy positivo que los obstáculos económicos o la implicancia de gastos adicionales para la implementación de prácticas antisoborno no sean vistos como una barrera por parte de los empresarios. Las empresas que contratan con el Estado perciben que el mayor obstáculo que desalienta la implementación de prácticas contra la corrupción son las acciones desleales de la competencia (54%) y en segundo lugar se encuentra la corrupción en el sector público (42%).

Si se consideran los resultados generales de la encuesta, se puede deducir que los empresarios se encuentran sumidos en un ambiente poco transparente de negocios y estas razones refuerzan la percepción en el sector privado que quien no incurra en sobornos pierde negocios, de esta forma se desalienta la implementación de medidas contra este tipo de prácticas.

5.8 Nivel de implementación y formalización de las prácticas contra el soborno

GRÁFICA NO. 11
¿DE QUÉ FORMA LA EMPRESA REALIZA LAS PRÁCTICAS RELACIONADAS ANTERIORMENTE?



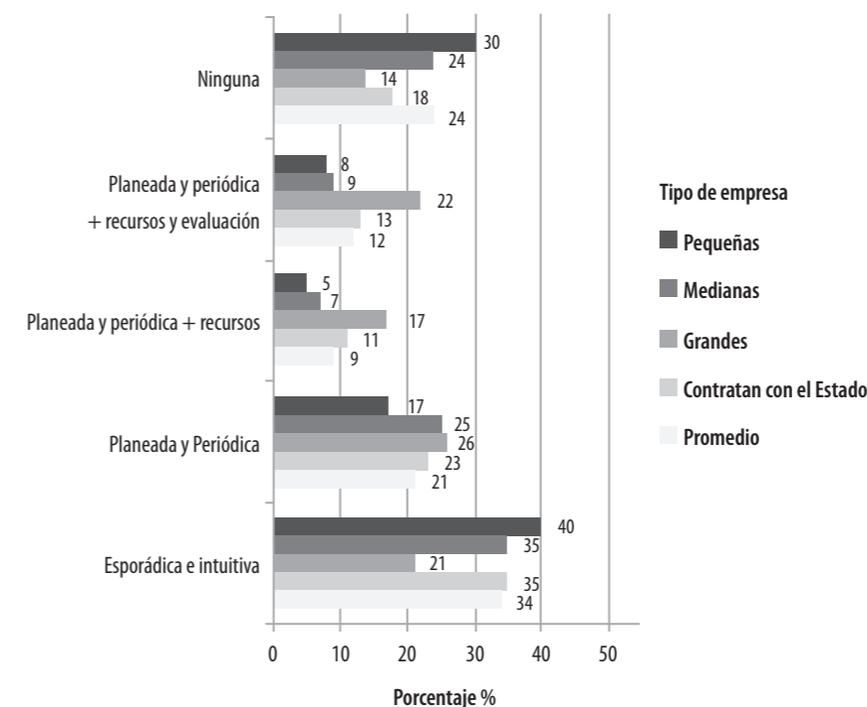
Se presenta un retroceso significativo en los niveles de implementación de prácticas contra el soborno en las empresas colombianas. Un porcentaje importante de las empresas colombianas implementan prácticas de forma planeada y periódica en sus diversas modalidades (el 42%), donde la mitad de ellas realizan procesos básicos y periódicos de planeación (21%), otras empresas invierten recursos adicionales para

Es muy positivo que los obstáculos económicos o la implicancia de gastos adicionales para la implementación de prácticas antisoborno no sean vistos como una barrera por parte de los empresarios.

su ejecución (9%) y las más avanzadas invierten con recursos y evaluación de prácticas (12%). Por otro lado, hay empresas que no implementan las prácticas mencionadas (24%) o las realizan de manera esporádica e intuitiva (34%).

El nivel de implementación y formalización de las prácticas contra el soborno en forma planeada y periódica, es importante pero insuficiente, y se necesita avanzar con aquellas empresas que lo están realizando de forma esporádica e intuitiva o que no tienen desarrollos en estas prácticas. Más aún cuando en el 2010 las empresas que realizaron una planeación periódica sumaban un 51%, lo cual evidencia un importante retroceso en este tema y que es necesario volver a fortalecerlas.

GRÁFICA NO. 12
NIVELES DE IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS CONTRA EL SOBORN
POR TIPO DE EMPRESA Y EMPRESAS QUE CONTRATAN CON EL ESTADO



Son palpables las diferencias entre las diversas empresas en la implementación de prácticas contra el soborno. La mayor capacidad la tienen las grandes empresas, donde las prácticas implementadas tienden a ser planeadas y periódicas, con inversión

Las pequeñas y medianas empresas reflejan una tendencia a la improvisación y al no desarrollo de prácticas contra el soborno.

y evaluación de las mismas, dejan menor campo de acción a lo esporádico e intuitivo y al no desarrollo de prácticas. Por otro lado se ubican las pequeñas y medianas empresas que reflejan una tendencia a la improvisación y al no desarrollo de prácticas contra el soborno, con niveles muy bajos respecto al promedio en la implementación planeada y periódica y con una muy baja inversión y seguimiento de los procesos. Los resultados de nivel de implementación en las empresas que contratan con el Estado son muy similares al promedio de la generalidad de la encuesta. Por tanto se deben fortalecer las pequeñas y medianas empresas mediante la incorporación de prácticas contra el soborno garantizando su sostenibilidad y competitividad.

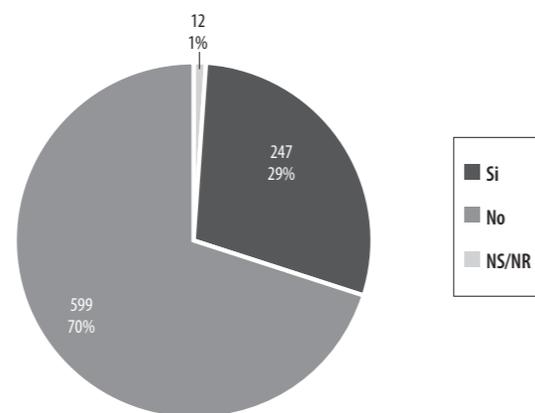
5.9 Conocimiento sobre el Estatuto Anticorrupción

Se indaga por primera vez entre los empresarios su conocimiento de la Ley 1474 de 2011, en la cual se dictan disposiciones orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.

a. Conocimiento

GRÁFICA NO. 13

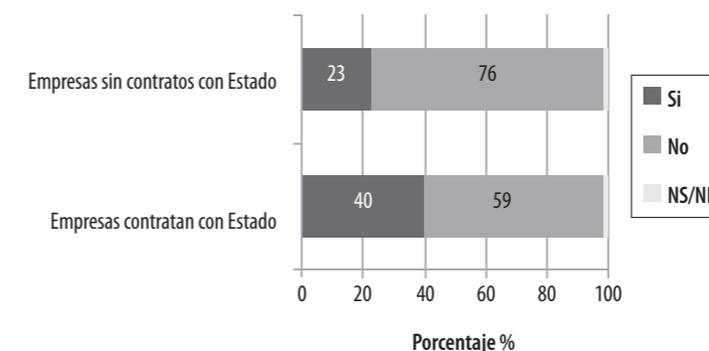
¿CONOCE USTED EL NUEVO ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN APROBADO POR EL GOBIERNO EN AGOSTO DE 2011 Y QUE DICTA "NORMAS ORIENTADAS A FORTALECER LOS MECANISMOS DE PREVENCIÓN, INVESTIGACIÓN Y SANCIONA ACTOS DE CORRUPCIÓN"?



El nivel de conocimiento sobre el Estatuto Anticorrupción es muy bajo. Sólo el 29% de los empresarios encuestados manifestó conocerlo.

El nivel de conocimiento sobre el Estatuto Anticorrupción es muy bajo. Sólo el 29% de los empresarios encuestados manifestó conocer el Estatuto Anticorrupción aprobado en agosto de 2011. Esta situación es preocupante si se considera que entre la expedición de la norma y la realización de la encuesta hay un lapso de tiempo transcurrido superior a los 6 meses y dentro del Estatuto existe un apartado para la realización de acciones pedagógicas y de difusión con los sectores público y privado.

GRÁFICA NO. 14
CONOCIMIENTO DEL ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN SEGÚN CONTRATACIÓN CON EL ESTADO



El conocimiento del Estatuto Anticorrupción en empresas que contratan con el Estado se encuentra en un 40%. Este resultado destaca que las empresas que tienen relación con el sector público están más interesadas en conocer las normativas sobre lucha contra la corrupción.

En el sector privado que no tiene contratación con el Estado el nivel de conocimiento del Estatuto es mucho menor: sólo el 23% de los empresarios conocen la norma. Es necesario realizar un trabajo de sensibilización y mayor entendimiento sobre el Estatuto Anticorrupción, y cambiar la percepción sobre el Estatuto como una ley que compete principalmente al sector público y al sector privado que tiene contratación con el Estado.

El nivel de conocimiento del Estatuto Anticorrupción en el sector privado es muy bajo teniendo en cuenta que esta Ley incorpora elementos importantes como la responsabilidad de la persona jurídica y no sólo del representante legal, se considera la corrupción entre privados y nuevos delitos en este sector, se contemplan inhabilidades en la contratación, se delimitan las prohibiciones respecto a la "puerta giratoria", hay nuevas responsabilidades de los revisores fiscales, mayores controles en los procesos de contratación pública y cambios en los aspectos penales entre otros.

b. Acciones

GRÁFICA No. 15
EN RELACIÓN A LAS NORMAS Y LOS CONTENIDOS DEL ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN

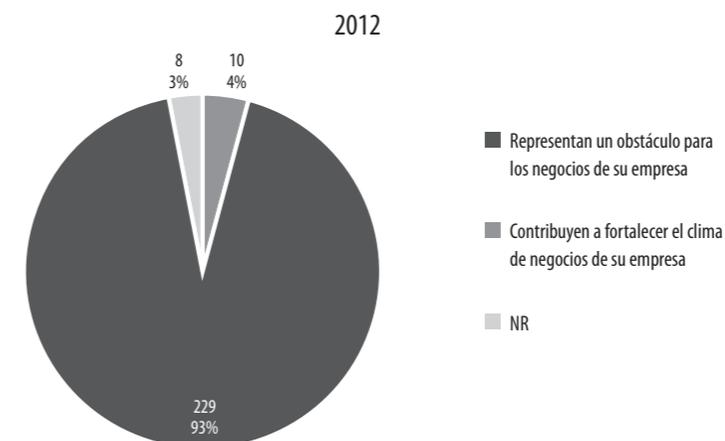


Las acciones para dar a conocer a los empleados de las empresas el Estatuto Anticorrupción han sido mínimas. En las empresas un pequeño porcentaje (el 14%) ha emprendido acciones mediante información de la nueva norma o realiza capacitaciones al respecto. La gran mayoría (el 57%) no tiene ninguna información al respecto o sólo ha escuchado la información proveniente de los medios de comunicación (29%). Es preocupante que una ley de tan alta importancia en la lucha contra la corrupción, tenga tan bajos niveles de conocimiento, información y formación en las empresas, lo cual hace necesario un fortalecimiento de estos aspectos en el empresariado colombiano y sus empleados.

c. Obstáculo o contribución

Las acciones para dar a conocer el Estatuto Anticorrupción han sido mínimas. La gran mayoría no tiene información al respecto o sólo ha escuchado la información proveniente de los medios de comunicación.

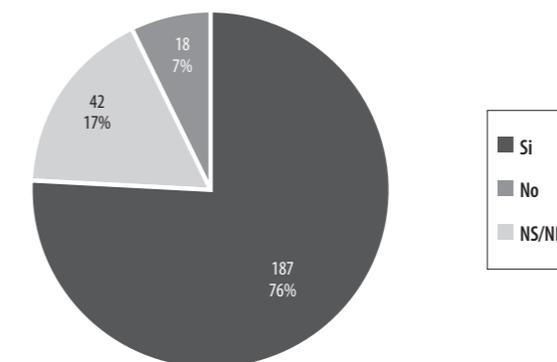
GRÁFICA No. 16
SI USTED SÍ CONOCE EL ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN, CONSIDERA QUE LAS MEDIDAS CONTENIDAS EN ÉL, REFERENTES AL SECTOR PRIVADO:



Los empresarios consideran que el Estatuto Anticorrupción contribuye a fortalecer el clima de negocios de las empresas. Entre los encuestados que manifestaron conocer el Estatuto, la gran mayoría (un 93%) considera la norma como un beneficio para el clima de negocios. Esta sería una cifra alentadora si fuera extensible a gran parte de las empresas colombianas, pero sólo está cubriendo el 29% de los empresarios que manifestaron conocer el Estatuto Anticorrupción.

d. Utilidad para la lucha contra la corrupción

GRÁFICA No. 17
¿LAS MEDIDAS CONTENIDAS EN EL ESTATUTO ANTICORRUPCIÓN SON DE UTILIDAD PARA LUCHAR CONTRA LA CORRUPCIÓN?



El mayor alcance del Estatuto Anticorrupción es de carácter preventivo. Susceptible de integrarlo como parte de una cultura empresarial de corresponsabilidad.

Existe una alta percepción de la utilidad del Estatuto Anticorrupción. En el mismo grupo anterior de encuestados el 76% considera que la norma es útil para luchar contra la corrupción, el 17% percibe que no lo es y un 7% no responde a la pregunta. Por esta alta percepción de su utilidad, se hace necesaria la extensión del conocimiento de la norma y la formación en sus diversos contenidos como herramientas de lucha contra la corrupción y el soborno.

e. Alcances del Estatuto

De ser afirmativa su respuesta, las medidas incluidas en el Estatuto permiten:	Porcentaje
Prevenir hechos de corrupción	73%
Sancionar las acciones de los agentes corruptos	59%
Visibilizar el fenómeno	37%

El mayor alcance del Estatuto Anticorrupción es de carácter preventivo. Los empresarios que conocen el Estatuto como una herramienta de utilidad para la lucha contra la corrupción, estiman que el mayor alcance lo tiene el carácter preventivo de la ley (73%), en segundo lugar el sancionatorio (59%) y en última instancia la visibilización del fenómeno (37%). Estas consideraciones destacan la prevención como elemento principal de la lucha contra la corrupción y, por tanto, susceptible de integrarla como parte de una cultura empresarial de corresponsabilidad en la cual estén involucrados todos los actores sociales.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Es necesario fortalecer una cultura empresarial de prevención contra el soborno, como factor clave de transparencia, sostenibilidad, reputación y de una visión de largo plazo en el sector privado.

Los escándalos de corrupción que han salido a la luz en los últimos años y el halo de impunidad creado alrededor de los mismos, han afectado negativamente la percepción general de los empresarios sobre la transparencia de los negocios en el país y la contratación en el sector público y su relación con el sector privado; percepción que ha trascendido fronteras, como lo revela el Índice de Percepción de Corrupción de Transparencia Internacional.

Esta imagen negativa ha opacado los esfuerzos que se realizan tanto a nivel público en la implementación de políticas y estándares internacionales para garantizar la transparencia en los negocios, como en el sector privado con el aumento progresivo de la implementación de prácticas contra el soborno.

La *Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas* refleja la percepción de una corrupción generalizada en los entornos de negocios y la falta de controles y de interés en el tema por parte del sector privado.

Sin embargo, este estudio también visibiliza las prácticas que este sector implementa contra el soborno y contra los actos indebidos, las cuales muy lentamente se constituyen en parte de una cultura ética empresarial.

Es necesario seguir fomentando la implementación y fortalecimiento de una cultura empresarial de prevención contra el soborno, como factor clave de transparencia, sostenibilidad, reputación y visión de largo plazo en el sector privado.

Se resaltan a continuación algunas de las principales conclusiones y recomendaciones acordes a los contextos y a las categorías de análisis de la encuesta:

Colombia le apuesta a las grandes ligas de las buenas prácticas

El Gobierno Nacional viene adelantando acciones pertinentes para pertenecer al exclusivo club de buenas prácticas gubernamentales, como es conocida la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE. Este es un proceso largo y de constante evaluación y progreso; en el transcurrir de estos dos años, el país se ha adherido a convenios e instrumentos legales internacionales que obligan a adaptar la normatividad nacional. Es así, como han visto la luz progresivamente el Estatuto Anticorrupción (Ley 1474 de 2011), la Ley Antitrámites (Decreto 19 de 2012) y la “Convención para combatir el cohecho de servidores públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales” (Ley 1573 de 2012).

Igualmente, el Gobierno Nacional ha tomado como referente estudios internacionales importantes como las recomendaciones del Doing Business del Banco Mundial e iniciativas de autoregulación como la EITI (Extractive Industries Transparency Initiative) – Iniciativa para la Transparencia de Industrias Extractivas.

Se espera que en los próximos años el país se adhiera a otros compromisos internacionales y se avance en la adaptación de normas internas acordes a los mismos y en prácticas que favorezcan la transparencia en el ámbito de los negocios tanto estatales como empresariales.

Es significativo que un porcentaje importante de empresas colombianas están incorporando mecanismos de autorregulación en su gestión empresarial de manera transversal y se sumen a iniciativas de carácter voluntario. Es así como las empresas participantes en el Pacto Mundial en Colombia superan las 300 adhesiones, algunas entidades financieras nacionales se han adherido a los Principios del Ecuador para Instituciones Financieras, se presentan trabajos concretos en el país con la WIN (Water Integrity Network)– Red de Integridad del Agua y, muchas empresas tienen como guía los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno para mejorar sus prácticas corporativas entre otros.

Se aplauden los esfuerzos realizados por el Sector Privado, sin embargo falta mucho camino por recorrer. Es necesario que las empresas inviertan recursos de manera consistente para crear una ética empresarial basada en Buenas Prácticas para prevenir posibles espacios en donde pueden ocurrir actos de corrupción. Sólo así se podrán encontrar unos ambientes de libre y justa competencia en donde los negocios sean un mecanismo equitativo para beneficio de muchos y no de unos pocos.

El país pierde, algunos ganan

A pesar de grandes avances legislativos en materia de anticorrupción y de las aspiraciones como nación en ser parte del Club de buenas prácticas gubernamentales, los actos de corrupción y soborno impregnan el tejido social a nivel público y privado.

Cada vez aumenta la percepción de corrupción y de prácticas indebidas en el entorno de los negocios, persisten los pagos para agilizar trámites en el sector público (requeridos en gran medida por los propios funcionarios públicos), aumentan las contribuciones privadas a campañas y partidos políticos sin su debido registro y sin tener políticas claras, y se extiende la opinión entre los empresarios que “si no se pagan sobornos se pierden negocios”.

Este clima enrarecido en los negocios aumenta cuando los empresarios perciben que la corrupción es generalizada, las normas no se aplican con todo el rigor de la ley y que facilita la impunidad en la gran mayoría de los casos. El país pierde con la corrupción y el soborno, algunos ganan, pero muchos de los empresarios consideran que hay que estar en el juego para sobrevivir en un difícil entorno de negocios.

Círculos viciosos que es necesario convertir en círculos virtuosos. Algunos empresarios por convicción y por una estrategia a largo plazo han decidido emprender caminos y prácticas de transparencia, se adhieren a pactos voluntarios y trabajan por garantizar estas políticas tanto al interior de las empresas como con sus subsidiarias, sucursales, proveedores y terceros. Pero estas prácticas no involucran a la mayoría de las empresas, son aún una pequeña minoría; en esta tarea también hay un largo camino por recorrer todavía.

Círculos viciosos que es necesario convertir en círculos virtuosos. Algunos empresarios por convicción y por una estrategia a largo plazo han decidido emprender caminos y prácticas de transparencia.

Los altos costos de la corrupción en Colombia

A pesar que el resultado de los datos entre la *Tercera Encuesta Nacional Sobre Prácticas Contra el Soborno en Empresas Colombianas* no pueden ser comparados con la *Encuesta de Probidad 2006 de Confecámaras*; es significativo que la percepción de los empresarios sobre los montos secretos pagados para asegurar la adjudicación de un contrato sea del 14,87%, valor superior al promedio nacional encontrado en la mencionada encuesta del 2006, la cual se ubicaba en el 12,91%. Esto puede indicar que los costos de la corrupción en Colombia han aumentado en el periodo 2006–2012.

El Consejo Privado de Competitividad considera que “si bien no existe una fórmula exacta para cuantificar el costo de la corrupción en Colombia, se estima que la corrupción le cuesta al Estado (...) alrededor de 1,6% del PIB¹⁹, equivalente en el Presupuesto General de la Nación 2012 aproximadamente a 10,4 billones de pesos. Si se tiene en cuenta que en el 2012 el PIB destinado a Salud es del 2%; las Actividades y servicios de la defensa nacional y las Actividades de Orden Público y seguridad ciudadana, tiene cada una un 1,5% del PIB²⁰; la transferencia a las universidades sin pensiones suma 2 billones de pesos y el presupuesto destinado para las víctimas de la violencia es de 2,9 billones de pesos; se puede dimensionar el tremendo costo de la corrupción para el país.

Influencias negativas, influencias positivas

Los empresarios en este estudio consideran que los sectores que mayor influencia tienen sobre las más altas autoridades gubernamentales son los pertenecientes al “sector real” de la economía: grupos económicos, multinacionales y gremios.

19 Informe Nacional de Competitividad 2011–2012, con cifras de la Procuraduría General de la Nación. Pág. 218. Consultar en: <http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/2011/11/Corrupcion.pdf>

20 Ver: Clasificación funcional del Presupuesto General de la Nación 2012. <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/HomeMinhacienda/presupuestogeneraldelanacion/Proyecto-PGN/2012/3%20MP%20Clasificaci%F3n%20funcional%202012.pdf>

El Consejo Privado de Competitividad estima que la corrupción le cuesta al Estado alrededor del 1,6% del PIB, equivalente en el Presupuesto General de la Nación 2012 aproximadamente a 10,4 billones de pesos.

Esta influencia tiene los dos lados de la moneda: por un lado tienen la capacidad de influir para la expedición de normas a la medida de los intereses propios; que las sanciones por malas prácticas no sean las correspondientes a la gravedad de las acciones; el contratar antes de lo permitido mediante la llamada “puerta giratoria” a exfuncionarios públicos con relaciones y contactos en el alto gobierno y con un conocimiento profundo de los procedimientos, trámites y funcionarios en las diversas entidades; influenciar a la opinión pública mediante publicidad; o ejercer injerencia periodística en los medios de comunicación.

Por otro lado, los sectores económicos tienen la capacidad de presionar para que haya transparencia en las reglas de juego de los negocios, se fortalezcan los mecanismos de autorregulación, se propenda por mejorar las prácticas para prevenir el soborno y la corrupción tanto al interior de las empresas como con terceros, unidos a políticas de responsabilidad social donde la transparencia sea uno de sus ejes.

Se espera que las influencias positivas empiecen a predominar sobre las negativas mediante la implementación y difusión de Buenas Prácticas de transparencia empresarial.

En cuanto a otros grupos que se consideran con poco poder de influencia sobre el alto gobierno (uniones sindicales, asociaciones de profesionales y ONG), éstos han demostrado que tienen el poder de lo pequeño: legitimidad y convocatoria de la sociedad civil. Incluso, algunas de ellas han tenido una influencia importante en la construcción de políticas públicas contra el soborno y la corrupción como es el caso de Transparencia por Colombia y su papel en la elaboración, socialización y difusión del Estatuto Anticorrupción.

Adicionalmente, la capacidad de este tipo de organizaciones es influenciar a través de la sanción moral y ciudadana de los actos de corrupción y soborno que de otra forma serían invisibilizados, ocultados o manejados sin una adecuada difusión. En este sentido, internet y las redes sociales son herramientas que han sido utilizadas a nivel mundial para propiciar cambios positivos en las sociedades.

La capacidad de las organizaciones de la sociedad civil es influenciar a través de la sanción moral y ciudadana de los actos de corrupción y soborno que de otra forma serían invisibilizados, ocultados o manejados sin una adecuada difusión.

Se aprecia un avance lento y progresivo hacia una cultura ética empresarial mediante la implementación de prácticas empresariales contra el soborno y el mejoramiento de procesos internos y con terceros

Hay que reconocer que las prácticas recomendadas en los Principios empresariales para contrarrestar el soborno y las que han sido implementadas por las empresas, aun cuando no se aplican en forma generalizada y en toda su extensión, son la base de una cultura ética empresarial que avanza lenta pero progresivamente y se puede percibir en los resultados de la presente encuesta.

La gran mayoría de los resultados presentan un mantenimiento de las prácticas de prevención del soborno y un mejoramiento leve en casi todos los aspectos de control interno, formación, relación con terceros y proveedores.

Se presentan debilidades en el control y seguimiento de los programas de prevención contra el soborno, en la creación y sostenimiento de canales confidenciales de comunicación de denuncia y, en ser contundentes con la comunicación de políticas antisoborno y las sanciones que este tipo de actos puede ocasionar.

A nivel general, se recomienda que las empresas mantengan la confianza en la utilidad de las prácticas para contrarrestar el soborno, implementen controles adecuados, amplíen y profundicen la formación de sus empleados y directivos en estos aspectos, extiendan sus prácticas internas a sucursales, subsidiarias y terceros y fortalezcan los mecanismos de información, denuncia y sanción de los sobornos de manera sistemática, permanente y planificada.

A nivel específico se propende por el desarrollo de acciones con las pequeñas y medianas empresas en las cuales se han detectado las mayores debilidades en los procesos de implementación y mejora de prácticas para prevenir el soborno.

El Estatuto Anticorrupción involucra directamente al sector privado y sin embargo es muy poco conocido, mucho menos apropiado por el empresariado.

El Estatuto Anticorrupción no ha sido difundido adecuadamente

La norma aprobada en agosto de 2011 no ha sido difundida y apropiada en forma adecuada por los empresarios, sólo el 29% de ellos la conocen y los medios de comunicación no han profundizado en sus alcances.

Es la Ley 1474 más importante expedida en los últimos años, la cual involucra directamente al sector privado y sin embargo es muy poco conocida, mucho menos apropiada por el empresariado.

Se necesitan establecer estrategias adecuadas con todos los sectores económicos y de la sociedad civil para un empoderamiento del espíritu de la norma, sus contenidos, sus alcances y limitaciones.

Igualmente, se necesitan conocer los planes de acción y las estrategias de las entidades públicas, de la Comisión Nacional para la Moralización y la Comisión Nacional Ciudadana para la realización del seguimiento a las políticas de lucha contra la corrupción y la promoción de la participación por parte de los gremios económicos, la sociedad civil y los medios de comunicación.

El problema no son los recursos económicos

Uno de los resultados importantes de este estudio es la consideración de los empresarios que para la implementación de políticas y prácticas contra el soborno, el problema no son los recursos económicos sino la actitud frente a este tipo de programas y la desesperanza frente a la corrupción del sector público y de las prácticas desleales de la competencia. Un porcentaje importante de las empresas participan en programas anticorrupción y de transparencia, muchas de ellas invierten recursos económicos de forma planeada y periódica y muestran disposición para continuar con este apoyo.

La invitación desde este espacio es vincularse en los diversos programas e iniciativas que diversos sectores de la sociedad realizan para el involucramiento del sector privado en la lucha contra el soborno y la corrupción, sumado a una clara posición

Una de las formas de seguir adelante en la implementación de prácticas contra el soborno es la de “insistir, persistir, resistir y nunca desistir”.

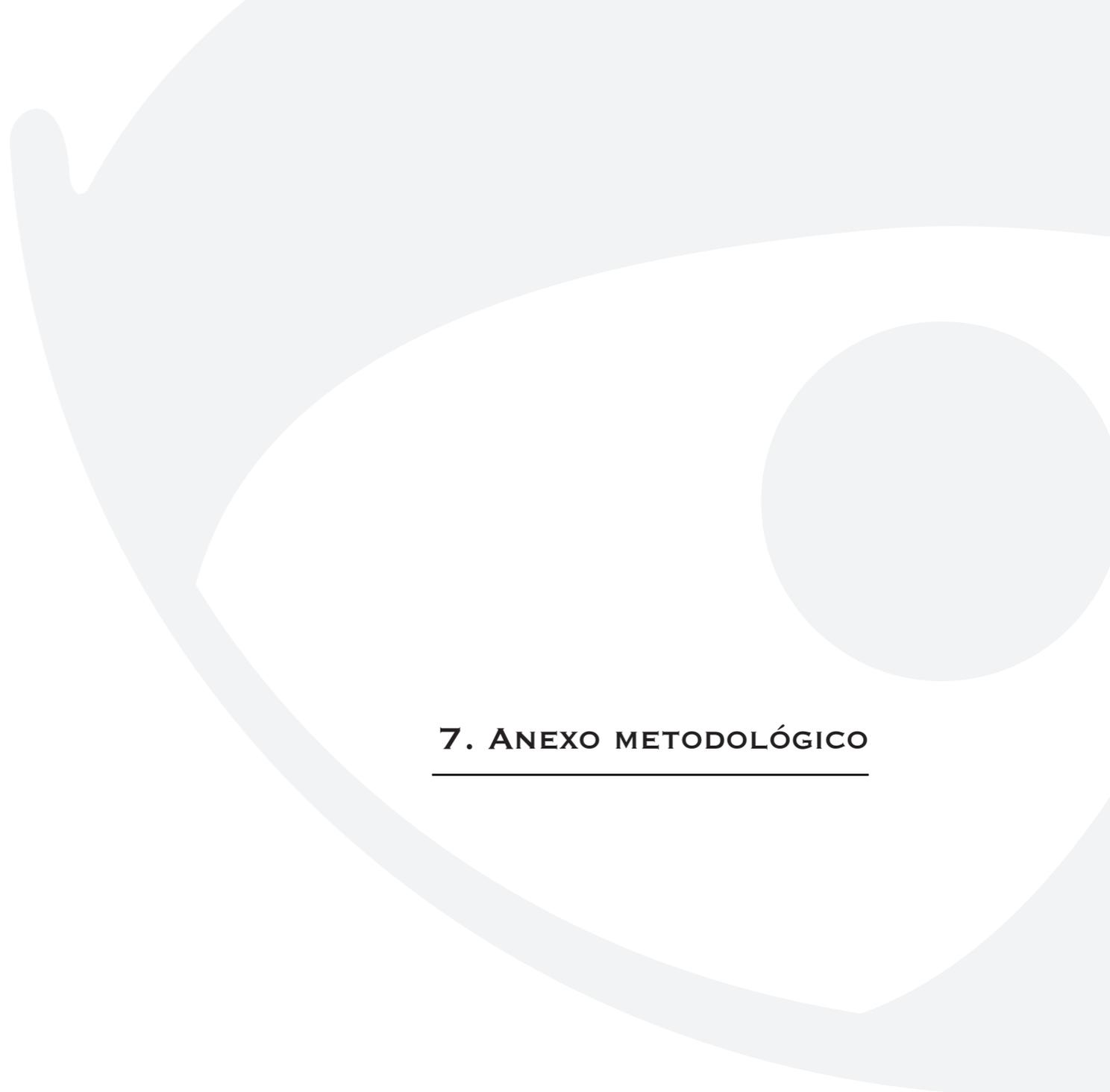
de NO al soborno en cualquiera de sus formas. Tener una posición contundente de "No pago, No Ofrezco, No pido, No Recibo Soborno", es un excelente comienzo para lograr una Colombia más transparente.

Entre ellas las que realiza el Área de Sector Privado de Transparencia por Colombia donde se han “fomentado iniciativas locales para lograr que empresas, independientemente de su tamaño, implementen estrategias en ética organizacional, Acuerdos Sectoriales Anticorrupción que desarrollan estándares anticorrupción comunes entre competidores de un mismo sector de negocios, así como distintas prácticas para prevenir la corrupción al interior de las empresas y en sus relaciones de negocio”²¹.

Una de las formas de seguir adelante es la de “insistir, persistir, resistir y nunca desistir”²². Con esto se contribuye a que los entornos de los negocios sean cada día más transparentes y se fortalezca una cultura ética empresarial, que propendan por la implementación de buenas prácticas y se desarrollen principios éticos que ayuden a contrarrestar el soborno y la corrupción en Colombia.

21 Mayor información en: <http://www.transparenciacolombia.org.co/transparencia/tabid/70/Default.aspx>

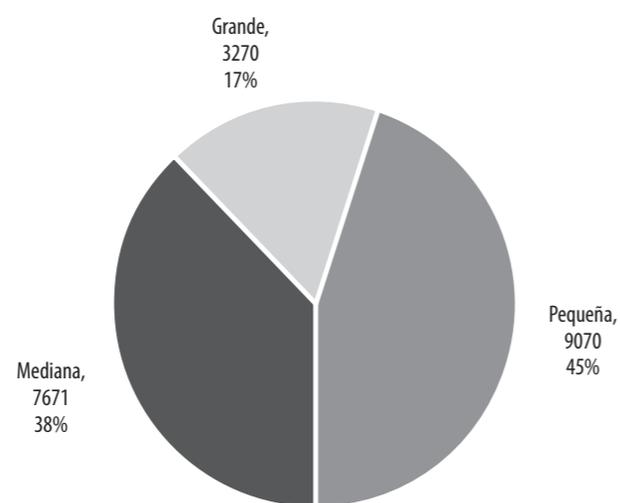
22 Tomado de: Victor Hugo Romero. ¡No esperes más, hazlo ya! Segunda Edición. 2011. La cita completa es: “Te has esforzado por alcanzar tus sueños, sientes que has hecho todo y no consigues resultados, no te desanimes; eso es normal, el éxito está en insistir, persistir, resistir y nunca desistir. Cuando veas que todos están descansando, continúa consolidando metas, gana tiempo y no seas parte del montón”. Pág.2.

A large, stylized graphic of an eye in shades of gray, positioned on the right side of the page. The eye is composed of several overlapping curved shapes, creating a sense of depth and focus.

7. ANEXO METODOLÓGICO

El tamaño de la población base del presente estudio está representado por las 27.197 empresas que a diciembre de 2011 estaban constituidas como personas jurídicas, de las cuales se tomó el 73,6% para nueve ciudades en razón de su facilidad de acceso, lo cual equivale a 20.011 empresas pertenecientes al sector real de la economía (primario, secundario y terciario), según la información suministrada por la Superintendencia de Sociedades, y las cuales están distribuidas según el tamaño:

GRÁFICA No. 18
POBLACIÓN BASE POR TAMAÑO DE EMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Supersociedades, 2012.

Respecto a la cobertura de la muestra en este año se mantuvieron las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Tunja y Pereira. Las ciudades de Villavicencio y Neiva se reemplazaron por Barranquilla e Ibagué. Además se incluyó la ciudad de Armenia debido a limitaciones logísticas y de facilidades acceso a los empresarios, lo cual no afecta, desde el punto de vista técnico, los resultados de la investigación.

Para el 2012 la distribución de empresas por tamaño, y ciudad queda de la siguiente manera:

CUADRO No. 10
DISTRIBUCIÓN POR CIUDAD Y TAMAÑO

	Grande	Mediano	Pequeño	Total
Armenia	7	38	43	88
Barranquilla	211	446	485	1142
Bogotá D.C.	2159	5166	6412	13737
Bucaramanga	95	186	301	582
Cali	323	650	686	1659
Ibagué	17	68	106	191
Medellín	414	979	872	2265
Pereira	40	119	138	297
Tunja	4	19	27	50
Total	3270	7671	9070	20011

A. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

El marco de muestreo estuvo conformado por las 20.011 empresas de tamaño pequeño, mediano y grande, las cuales son reconocidas en esta investigación como las unidades muestrales. El diseño de muestreo aplicado en la presente investigación es muestreo estratificado por tamaño de la empresa.

El tamaño de muestra fue definido por un total de 858 empresas distribuidas de acuerdo a su tamaño, su sector económico y a la ubicación geográfica correspondiente a diversas regiones del país con el fin de buscar participación de los diferentes tipos

de empresas de Colombia. El valor inicial de la muestra fue de 762 empresas, definido con un margen de error del 3% en los diferentes estratos con una probabilidad del 95%. Por la experiencia en las anteriores investigaciones se estimó un porcentaje de no respuesta del 12.5%, el cual genera un tamaño de muestra real de 858 encuestas.

CUADRO NO. 11
TAMAÑO DE LA MUESTRA POR CIUDAD Y TAMAÑO

Ciudad	Pequeña		Mediana		Grande		Total		
	N	n	N	n	N	n	N	n	%
Armenia	43	21	38	4	7	1	88	26	30
Barranquilla	485	15	446	7	211	4	1142	26	2
Bogotá D.C.	6412	198	5166	128	2159	179	13737	505	4
Bucaramanga	301	15	186	3	95	3	582	21	4
Cali	686	39	650	26	323	29	1659	94	6
Ibagué	106	51	68	4	17	2	191	57	30
Medellín	872	22	979	8	414	10	2265	40	2
Pereira	138	37	119	6	40	1	297	44	15
Tunja	27	38	19	4	4	3	50	45	90
Total	9070	436	7671	190	3270	232	20011	858	4
%		5		2		7		4	

B. PROCEDIMIENTO ESTADÍSTICO PARA EL DISEÑO DE LA MUESTRA

Se toman como referencia los hallazgos encontrados en la Encuesta de 2010, donde el 67% de los empresarios afirman que las prácticas contra el soborno referenciadas en los Principios Empresariales para contrarrestar el Soborno, son útiles para prevenir el soborno y donde 81% de las grandes, 73% de las medianas y 65% de las pequeñas empresas consideran que esos estándares internacionales sirven para combatir el soborno, la muestra se distribuyó bajo los siguientes supuestos y de la siguiente manera:

N: Número de empresas del área de estudio = 20011

Ni: Tamaño de la población de cada estrato (Grande, Mediana, Pequeña).

El número de estratos está controlado por el subíndice i , es decir, el número de estratos va desde el estrato 1 hasta el estrato h . En este caso se cuenta con tres estratos:

Estrato empresas pequeñas $N1 = 9070$

Estrato empresas medianas $N2 = 7671$

Estrato empresas grandes $N3 = 3270$

Pi: Proporción de los empresarios afirman que las prácticas contra el soborno referenciadas en los Principios Empresariales para contrarrestar el Soborno, son útiles para prevenir el soborno. Se asumirá para cada estrato los valores anotados anteriormente encontrados en la encuesta del 2010.

Qi: Proporción de los empresarios que afirman que las prácticas contra el soborno referenciadas en los Principios Empresariales para contrarrestar el Soborno, no son útiles para prevenir el soborno.

E: Error máximo permitido (3%) entre la proporción de la muestra y el verdadero valor en la población, con una probabilidad del 0.95. Z es el valor estandarizado en la distribución de probabilidad Normal ($Z=1.96$).

Z: Valor estandarizado en la distribución de probabilidad normal en relación con la probabilidad de cometer un error de tamaño E . Es decir, que se tiene una probabilidad de 95% de que la estimación de la implementación de buenas prácticas contra el soborno en cada empresa, se aleje máximo en un 3.5% del verdadero valor en la población de empresas

Wi: Ponderación de acuerdo con el tamaño de las empresas.

La fórmula utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

$n =$

$$N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i$$

$$n = \frac{\sum_{i=1}^h N_i^2 P_i Q_i / W_i}{N^2 \left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \sum_{i=1}^h N_i P_i Q_i}$$

C. LIMITACIONES

Las limitaciones técnicas y económicas presentadas en el desarrollo del informe del 2010 se mantuvieron en esta oportunidad, es decir, restricciones para los desplazamientos a nivel nacional, imposibilidad de obtener datos de manera aleatoria, y resistencia de los empresarios para hablar abiertamente del fenómeno, incluso cuando en esta oportunidad se diseñó un aplicativo para que la encuesta fuera respondida en línea.