



**MARTA MARTÍN**  
NH Group

“Es obligación de todos crear una cultura de responsabilidad”



**JAVIER TARGHETTA**  
Atlantic Copper

“La corrupción no se puede considerar una herramienta de gestión”



**JAVIER ELLENA**  
Lilly España

“La transparencia es una demanda muy alta de la sociedad”



**JOSÉ LUÍS BLASCO**  
KPMG

“La corrupción es el principal limitante para acceder a nuestros derechos”



Los participantes en la jornada *Políticas activas contra la corrupción*, organizada por Esade y la Fundación Seres. FOTOS: JUAN LÁZARO

# Así luchan las empresas contra la corrupción

## Fomentar una cultura de integridad es aún más importante que fijar mecanismos de prevención

JAVIER G. ROPERO *Madrid*

La corrupción es el segundo problema que más preocupa a los españoles, solo superado por el paro, según el último barómetro del CIS. Y las empresas del país son percibidas como corruptas por el 43% de quienes participan en el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) que elabora Transparencia Internacional, donde España ocupa el puesto 41 de un total de 176.

Pese a ello, la puesta en marcha de mecanismos efectivos contra las prácticas ilícitas y su castigo son fenómenos relativamente recientes. Desde 2015, el código penal incluye a las empresas como responsables ante estos casos si no tienen planes de prevención. Hasta 2000, en España no había una prohibición explícita a los sobornos en las transacciones económicas internacionales, hasta que se aplicó el convenio contra la corrupción que la OCDE firmó en 1997. Solo un año antes, este organismo prohibió la deducibilidad fiscal de los sobornos a funcionarios extranjeros. Medidas que en EE UU eran efectivas desde 1977.

La regulación y la mayor exigencia de transparencia por parte de opinión pública y accionistas han acelerado la toma de decisiones en este campo, como analizaron ayer los expertos de varias empresas en un encuentro organizado por Esade y la Fundación Seres.

En el caso de NH Group, la gestión de la corrupción es uno de los pilares en su

política de responsabilidad social corporativa, como explicó la directora en este campo, Marta Martín. Existe una comisión de gobierno corporativo que reporta al consejo de administración, con tres objetivos: el cumplimiento del código de conducta; la difusión y formación en este por parte de los empleados, y el seguimiento de las denuncias confidenciales que se realicen. Además, se ha introducido la figura del director de cumplimiento.

“Son acciones directas, pero también existe un trabajo para crear una cultura de cumplimiento y responsabilidad, de la que todos, tanto empleados como accionistas, somos responsables en el día a día”, afirmó Martín. En este sentido, el presidente de Atlantic Copper en España, Javier Targhetta, explicó que, más allá de la utilidad de implantar políticas concretas, con comités y códigos, “toda la empresa debe estar convencida de que la corrupción no puede considerarse una herramienta de gestión”. En su caso, también se ha creado la figura del director de cumplimiento, y un comité de seguimiento dependiente del consejo de administración. A partir de ellos se establece una política de prevención de riesgos penales, donde se incluyen la corrupción y las políticas anticorruptas. Eso sí, siguiendo seis valores de la cultura de la empresa: “Seguridad, respeto, integridad, excelencia, innovación y compromiso”, enumeró Targhetta.

## ¿Son útiles las denuncias internas?

Una de las medidas más extendidas en las empresas contra la corrupción son las denuncias internas. Estas no son anónimas porque así lo impide la ley de protección de datos, aunque sí son confidenciales. Estas, por lo general, son tratadas por un comité, pero su uso está lejos de haberse extendido. “Quizá sea un problema de madurez en la cultura de cumplimiento, y de los medios que ponemos las empresas para difundirla”, afirmó la directora de responsabilidad corporativa de NH, Marta Martín. “Para que funcionen se deben dar dos cosas: que las prácticas que quieres extender sean claras, y que los trabajadores confíen en el lugar a donde van las denuncias”, añadió José Luis Blasco, de KPMG.

Aspectos que comparten en la farmacéutica Lilly, aunque allí, el marco de actuación lo fija el libro rojo: “Un compendio de temas sensibles y detallados, del que cada empleado tiene que hacer un test para comprobar su comprensión”, explicó el presidente de la compañía, Javier Ellena, para quien el entrenamiento y la formación son las claves para formar una cultura corporativa honesta. “Debe ser un discurso que esté presente en los momentos clave de comunicación de la alta dirección”, añadió. También cuentan con un plan de gestión de riesgos de revisión trimestral, y entre las medidas tomadas, está la publicación de forma voluntaria de los pagos de la farmacéutica a organismos y personal sanitario. “Un paso que debe ser replicado en otros sectores”, valoró Ellena.

## Futuro

Esa voluntariedad es una de las tendencias que el socio responsable del área de gobierno, riesgos y cumplimiento de KPMG, José Luis Blasco, identificó de cara a la lucha futura contra la corrupción, junto a otras tres. La primera, una mayor cooperación internacional: “Veremos una agencia mundial de lucha contra la corrupción que coordinará las acciones de los países”, afirmó Blasco. Otra, los reportes inmediatos de casos, anticipándose a una denuncia para así evitar una futura sanción. Y la tercera, la búsqueda de aliados para construir estas políticas: “Es un reto y no podemos hacerlo solos, sino en consorcio: con reguladores, con la competencia, con especialistas...”, añadió Blasco, que definió la corrupción como “el gran limitante que la sociedad tiene para acceder a nuestros derechos”.