

INFORME SOBRE TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA 2016

NOTA DE PRENSA

El 75 por ciento de las empresas analizadas en el informe de Transparencia Internacional obtienen una puntuación de menos de 5 sobre 10 en las evaluaciones de transparencia

La gran mayoría de las principales empresas de mercados emergentes no han conseguido resultados aceptables en materia de transparencia, y esto genera un entorno propicio para la corrupción en su actividad y en los lugares donde operan. Un nuevo informe de Transparency International expone la necesidad urgente de que estas grandes multinacionales adopten medidas mucho más enérgicas para detener la corrupción.

En la última edición de *Transparencia de la Información Corporativa: Análisis de Multinacionales de Mercados Emergentes*, 100 de las empresas con más rápido crecimiento que tienen sede en 15 mercados emergentes y operan en 185 países de todo el mundo obtuvieron una puntuación promedio de 3,4 sobre un total de 10, donde 0 indica el menor nivel de transparencia y 10 el más alto. La puntuación promedio descendió levemente, en 0,2 puntos, en comparación con la última vez que se llevó a cabo la encuesta, en 2013.

“Los niveles insignificantes de transparencia que muestran las grandes empresas de mercados emergentes siembran dudas sobre cuánto le interesa al sector privado detener la corrupción, frenar la pobreza en los lugares donde desarrollan actividades y reducir la desigualdad. Una y otra vez, somos testigos de escándalos de corrupción de proporciones alarmantes en los cuales se ven implicadas multinacionales como Odebrecht Group o China Communications Construction Company, que causan un inmenso daño a las economías locales. Esto podría haberse prevenido si sus máximos ejecutivos hubieran adoptado medidas adecuadas de transparencia y contra la corrupción, y manifestado una clara voluntad en este sentido. Si bien muchas empresas afirman que desean combatir la corrupción, estos enunciados no son suficientes. Las acciones dicen mucho más que las palabras”, observó José Ugaz, presidente de Transparency International.

Las 75 empresas de los países BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) también tuvieron un desempeño insuficiente, y no lograron superar la puntuación promedio, debido a que los magros resultados de las empresas chinas arrastraron a todo el grupo a una posición inferior. Las empresas de países BRICS generan cerca del 30 por ciento del PBI mundial, y esto las obliga a asumir responsabilidad por su actuación.

Las empresas chinas, que representan un tercio de las evaluadas, tuvieron el desempeño general más insuficiente, con una puntuación media de 1,6 sobre 10, y tan solo una se posiciona entre las 25 primeras. Estos datos, una vez más, alertan sobre la necesidad de que China y la comunidad empresarial de ese país tomen medidas inmediatas para establecer estándares más ambiciosos. Esto se aplica además a lugares como África, donde el gobierno chino se comprometió poco tiempo atrás a invertir USD 60.000 millones, que probablemente se destinarán a solventar servicios prestados por empresas chinas.

Los resultados poco destacados de las compañías chinas se deben a la fragilidad o ausencia de políticas y procedimientos contra la corrupción, o a que estos no se divulgan, lo cual implica una inobservancia manifiesta de las mejores prácticas internacionales. También los aspectos regulatorios son importantes, como se evidencia en el caso de la India. Las empresas de la India consiguen las máximas puntuaciones entre todos los países —del 75 por ciento o superiores— en la dimensión de transparencia organizativa, en gran parte como resultado de la vigencia de la Ley de Sociedades.

En los distintos mercados emergentes, todas las empresas deben intensificar sustancialmente sus acciones para que la información que difunden al público sea exhaustiva y permita abordar la corrupción, y para asegurar la transparencia que es indispensable en una gestión rigurosa y con rendición de cuentas.

Los programas contra la corrupción que impiden que una empresa utilice el soborno como herramienta o que prevén mecanismos para la denuncia de actos de corrupción sin temor a represalias deben ser dados a conocer públicamente, a fin de transmitir un claro mensaje a los clientes, el personal y los socios de que la empresa no admite prácticas corruptas.

“Los clientes deberían exigir que las empresas que eligen cumplan con los más altos estándares contra la corrupción o, de lo contrario, se expongan a perderlos como clientes”, manifestó Ugaz.

Debe haber listas completas de subsidiarias, filiales, emprendimientos conjuntos y otras entidades que sean de fácil consulta, y que permitan a los actores locales entender cuál es el impacto económico y social de las empresas multinacionales en sus sociedades y comunidades.

A su vez, los gobiernos deberían implementar leyes rigurosas contra el soborno, como la Ley sobre Soborno del Reino Unido (UK Bribery Act), y asegurar la aplicación de sus disposiciones, como sucede en los Estados Unidos, además de establecer normas que exijan que las empresas divulguen las medidas contra la corrupción que adoptan y su estructura societaria.