

PRINCIPALES RESULTADOS

Estado de las prácticas empresariales contra el soborno en el Perú: estudio (2024)

Investigadores: Matilde Schwalb, María Ángela Prialé y Luis Benites

Trabajo de campo: Datum Internacional

Impulsado por el Centro de Ética y Gestión Sostenible de la Universidad del Pacífico - CEGES

➤ OBJETIVO DEL ESTUDIO

Medir el nivel de implantación y desarrollo de prácticas para prevenir el soborno en las empresas que operan en el Perú.

➤ PROPÓSITO DEL ESTUDIO

- Contar con una línea de base que permita medir el avance en la lucha contra el soborno
- Promover acciones efectivas para combatir el soborno que involucren a las partes interesadas (sector público, sector privado y sociedad civil)

➤ GRUPO OBJETIVO (FUENTE DE INFORMACIÓN DE DONDE PROVIENEN LOS DATOS)

Altos ejecutivos de empresas grandes, medianas y pequeñas de los diferentes sectores económicos de todo el Perú.

➤ TÉCNICA CUANTITATIVA PARA LEVANTAR INFORMACIÓN

- Encuesta presencial, telefónica y virtual
- Software en dispositivo portátil para navegar por cuestionario estructurado y estandarizado

➤ FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO Y MUESTRA

- Del 23/04 al 15/08 de 2024
- 400 encuestas efectivas, 190 en Lima y Callao, 210 en el interior del país

➤ MARGEN DE ERROR Y DISEÑO MUESTRAL

- Margen de error $\pm 4.9\%$ con un nivel de confianza del 95%, asumiendo máxima varianza ($P=0.50$)
- Muestreo estratificado por sector económico y tamaño de empresa

➤ VARIABLES QUE AYUDAN A EXPLICAR DIFERENCIAS DE ACTUACIÓN DE LAS EMPRESAS RESPECTO DEL SOBORNO:

- Ubicación geográfica de las empresas: Lima vs interior del país
- Tamaño de las empresas: grandes, medianas, pequeñas
- Contratación con el Estado: empresas que contratan vs empresas que NO contratan con el Estado



PRINCIPALES RESULTADOS

I. NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LA NORMATIVA Y LAS INICIATIVAS VOLUNTARIAS CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO:

- ✓ **Nivel de desconocimiento de la normativa vigente** contra corrupción y soborno es muy alto a nivel nacional:
 - 52%, a nivel nacional, desconoce las leyes anticorrupción (56% de las pequeñas empresas desconoce)
 - 46%, a nivel nacional, desconoce las iniciativas voluntarias para combatir la corrupción y el soborno
- ✓ El conocimiento sobre la normativa y las iniciativas voluntarias **varía según el tamaño de la empresa**: a menor tamaño, mayor desconocimiento:
 - 53% de las empresas pequeñas desconocen, comparadas con 32% de las grandes
- ✓ **Ley más conocida**, a nivel nacional “Transparencia y Acceso a la Información Pública” (27806), particularmente, entre las empresas grandes del interior del país (26% la conoce)
- ✓ La iniciativa **más conocida, a nivel nacional** es las “Normas de Conducta de la Cámara de Comercio Internacional”, particularmente en las empresas grandes de Lima y Callao (18%)
- ✓ **Ley menos conocida** es la 31564 “Prevención y Mitigación de Conflictos de Interés”. Solo la conoce entre 3% y 12% de los ejecutivos encuestados
 - El nivel de conocimiento es más bajo en las empresas medianas del interior del país (3%)
- ✓ Las iniciativas **menos conocidas a nivel nacional**:
 - La Alianza contra la Corrupción (PACI), particularmente en las empresas pequeñas del interior del país (7% la conoce)
 - Principios del Pacto Mundial (entre 6% y 13%, a nivel nacional)

II. PRÁCTICAS DE LAS EMPRESAS PARA COMBATIR EL SOBORNO

- ✓ Casi todas las empresas declaran tener **al menos una práctica anti-soborno** y las que no la tienen no contratan con el Estado
- ✓ La adopción de un **Código de ética** y la **Comunicación periódica**, son prácticas muy extendidas, independientemente de si la empresa está en Lima o en el interior del país
- ✓ Las prácticas **menos extendidas** son las que requieren más esfuerzo y compromiso de las empresas:
 - Valoración externa (3%-4%)
 - Programa antisoborno (4%-7%)

► Soborno en trámites

- ✓ Las medidas para prevenir el **soborno en trámites** son más frecuentes y variadas en las empresas **más grandes**
- ✓ La mayoría manifiesta tener un conducto regular para trámites y rechaza el pago de comisiones (64%)
- ✓ Las **medidas de mayor complejidad** (identificación de situaciones comunes de comisiones indebidas están **menos difundidas** (26%)

► Evaluación del riesgo de caer en soborno

- ✓ A nivel nacional, **47%** de las empresas **no cuenta** con medidas para la evaluación de riesgos de soborno
- ✓ **Empresas pequeñas y del interior del país:** ausencia de medidas es más notoria
- ✓ **Medidas más frecuentes** para evaluar riesgos de caer en soborno:
 - Políticas y procedimientos aplicables a todos los miembros de la organización (38%)
 - Identificación y manejo de conflictos de intereses (35%)

► Esfuerzo para prevenir el soborno en la gestión humana

- ✓ Casi **una de cada cuatro** empresas (**23%**) no aplica **ninguna** de las medidas propuestas para prevenir el soborno
- ✓ La práctica más extendida: **incorporar lineamientos antisoborno en capacitaciones y comunicaciones internas (57%)**
- ✓ Entre 46% y 50% de ejecutivos declara contar con políticas e implementación de lineamientos para incorporar en la gestión humana la lucha contra el soborno

III. PERCEPCIÓN DE LOS ALTOS EJECUTIVOS SOBRE LA PRÁCTICA DEL SOBORNO EN EL SECTOR EMPRESARIAL PERUANO

- ✓ Casi todos los encuestados (98%) cree que en el país hay empresarios que ofrecen sobornos, pero hay un 24% que no cree que haya soborno en su sector de negocios
- ✓ El sector percibido como el más propenso al soborno es construcción (44% de las respuestas), seguido de la administración pública y defensa (18%).
- ✓ Hay sectores en los que la percepción del soborno es nula o casi nula: suministros de electricidad y gas, y aire acondicionado; información y comunicaciones; actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades inmobiliarias; alojamiento y servicios de comida; suministros de agua, gestión de desechos; servicios administrativos y de apoyo; entre otras actividades
- ✓ Los encuestados creen que el soborno supone un sobrecosto de 15.35 % en promedio. Este sería *“el pago adicional y secreto que deben entregar para asegurar la adjudicación de un contrato”*
- ✓ La **modalidad más utilizada** para sobornar es: pagos para trámites (62%), contribuciones políticas (57%) y regalos (50%)
- ✓ Las **modalidades menos frecuentes:** patrocinios, gastos de representación y donaciones

► SITUACIONES que **presionan** para que se ofrezcan sobornos en el entorno de negocios con el SECTOR PÚBLICO

- ✓ Trámites engorrosos (37%)
- ✓ Requerimientos de sobornos (37%)
- ✓ Perder negocios sin soborno (32%)
- ✓ Ineficiencia del sector público (32%)

► SITUACIONES que **presionan** para que se ofrezcan sobornos en el entorno de negocios del SECTOR PRIVADO

- ✓ El principal motivo que conduce al soborno en el sector privado es el temor a perder negocios y que la competencia se aproveche:
 - La competencia paga sobornos (50%)
 - Si no pago sobornos pierdo negocios (45%)
- ✓ En el caso de Lima & Callao, el afán por cumplir las metas de ventas es una presión relevante para incurrir en soborno, particularmente en las empresas grandes (29%)

► MOTIVOS que alientan la **implementación** de medidas de **prevención** de SOBORNO

- ✓ Mantener la reputación (70%)
- ✓ El sentido ético de los negocios (57%)
- ✓ Construir relaciones a largo plazo (44%)

► MOTIVOS que **desalientan** las prácticas de **prevención** del SOBORNO

- ✓ La corrupción en el sector público (57%)
- ✓ Las acciones deshonestas de la competencia (38%)
- ✓ El mercado no reconoce estos esfuerzos (28%)
- ✓ Implica gastos adicionales (20%)

► ACCIONES CONSIDERADAS EFECTIVAS para combatir el soborno:

- ✓ Se considera más efectiva la educación de niños y jóvenes (74%), el fomento de una cultura ética (64%), y reformas económicas y administrativas (53%), que dar más y mejores leyes (40%)

► INSTITUCIONES MÁS INFLUYENTES en las altas esferas del gobierno:

- ✓ El **sector empresarial**: grupos económicos (87%), compañías multinacionales (84%) y gremios empresariales (75%) se “autoperceben” como los grupos más influyentes en las decisiones de las autoridades gubernamentales
- ✓ Los **medios de comunicación (88%)** son percibidos como un grupo tanto o más influyente que el sector empresarial
- ✓ **Las asociaciones profesionales** se perciben como muy poco influyentes en el gobierno

IV. ÍNDICE DE INSTITUCIONALIZACIÓN DEL SOBORNO (IIS)

- ✓ El IIS es un **indicador que** refleja cuánto está normalizado o institucionalizado el soborno dentro de una organización o en su entorno de negocios
- ✓ Cómo se calcula: **IIS = (SH + RJ)/2**
 - SH - Soborno como Hábito** (percepción)
Mide hasta qué punto el soborno se percibe como una práctica habitual.
 - RJ - Reglas de Juego** = (CR + EAS)/2
Refleja la solidez de las normas que regulan y desincentivan el soborno.
 - CR – Conocimiento de la Regulación:** Grado de conocimiento —formal o informal, explícito o tácito; obligatorio o voluntario; legal o ilegal— sobre la normativa anticorrupción.
 - EAS – Esfuerzo Anti Soborno:** Conjunto de acciones que la organización implementa para cumplir la normativa y prevenir o desalentar el soborno
- ✓ Un **IIS alto** indica mayor institucionalización del soborno en la organización o en su ecosistema empresarial
- ✓ Un **IIS bajo** sugiere un entorno más adverso a prácticas corruptas



IIS del Perú en 2024 = 39.4

- Soborno está “**en proceso de desarrollo**”: nivel mediano de conocimiento de la normativa y de esfuerzo para luchar contra el soborno, y nivel moderado de percepción de soborno como hábito en el entorno empresarial
- Si no hacemos algo para frenarlo o revertirlo, nos estaríamos dirigiendo hacia el nivel “**soborno institucionalizado**”: alto nivel de conocimiento de la normativa anti soborno, y esfuerzo para combatirlo, pero alto nivel de percepción de soborno como hábito en el entorno empresarial



CONCLUSIONES

1. Los resultados obtenidos sirven como **línea de base** para monitorear los avances en la lucha contra el soborno en el sector empresarial peruano.
2. La **medición periódica** del estado de las prácticas de soborno facilita la adopción de medidas para prevenir el soborno.
3. La incapacidad para identificar cuando se quiebra la norma antisoborno/corrupción tiene una relación directa con el alto nivel de **desconocimiento de la normativa**.
4. Aunque los ejecutivos expresan **preocupación** por el **soborno** y cuentan con **políticas definidas**, no disponen de **mecanismos e incentivos efectivos** para implementarlas.
5. Existe **amplio consenso** sobre el **impacto económico negativo del soborno**, reconocido como un **sobrecosto relevante**.
6. **Sector público y privado** perciben más **obstáculos** que incentivos para luchar contra el soborno.
7. El **IIS** muestra que la **corrupción institucionalizada** continúa siendo un desafío en el Perú
 - La percepción de que “así se hacen los negocios” es un obstáculo para vencer el soborno.
 - El valor obtenido del ISS indica que el país se mueve en una zona gris, donde la corrupción no es total, pero tiende a normalizarse en muchos sectores.
 - El ISS indica que estamos en el rango de “Soborno en Desarrollo” pero muy cerca del rango de “Soborno Institucionalizado”.
8. Para enfrentar esta situación es necesario fortalecer la **educación ética**, mejorar los **incentivos** para el cumplimiento y promover un entorno donde la **integridad** sea la norma.

