

EN LA OPINIÓN DE...

Maciej Bazela*

Combatir la corrupción desde la empresa (II)

En México, la corrupción se presenta en tres tipos de relaciones de negocios: público-privada, entre empresas (*business to business*) y entre personas dentro de la empresa (internamente).

En la relación público-privada, el empresariado puede practicar malas estrategias fiscales: pagos en efectivo, incumplimiento de pagos al seguro social, registro de empresas bajo otros esquemas legales como medida de protección al abuso de poder, entre otras.

Entre empresas se puede notar la falta de una cultura de integridad en el robo de datos o clientes, falta de confidencialidad, "mordidas", pagos de viajes y comidas para cerrar contratos, etcétera. Aquí se identifican patrones de utilitarismo para maximizar ganancias, acaparar el mercado y eliminar a la competencia.

Es trascendental comprender que todas las empresas pueden ser exitosas como competidores. Si el sector privado sabe que la corrupción agrega costos y genera riesgos, ¿por qué no trabaja con sus competidores, proveedores, clientes y empleados para mejorar el entorno político y social de la empresa? Los empresarios deben enfocarse en lo que pueden hacer con las partes involucradas con su organización.

Dentro de la empresa puede haber abuso de poder, clientelismo, nepotismo y favoritismo. Las mujeres, por ejemplo, señalan el machismo y la discrepancia de salario. En las empresas se premia la creatividad, pero faltan buenos ejemplos de conducta íntegra.

Evidentemente, es muy difícil combatir la corrupción individualmente. Puedes eliminarla en tu círculo familiar, pero a nivel organizacional se necesita una acción colectiva. Los empresarios deben unir fuerzas si de verdad quieren cambiar el entorno político y social. Iniciativas empresariales en Tailandia, Filipinas y Colombia son ejemplo de ello.

En Tailandia se reunió el grupo de empresarios que representaban 30% del Producto Interno Bruto del país. Esos empresarios crearon un esquema de autocertificación que les permitió levantar los estándares de gobernabilidad y de integridad en las relaciones *business to business*.

Mientras en Filipinas, más de 2,000 empresas firmaron pactos de integridad, y en Colombia tuvo mucho éxito la iniciativa PROBIDAD: lucha anticorrupción de los empresarios en los negocios con el estado.

Estas iniciativas comparten la misma idea: para combatir la corrupción, los empresarios deben mejorar los estándares de gobernabilidad y ética a través de procesos de certificación, cumplimiento y revisión. Al crear una coalición a favor de la cultura de integridad, se quita terreno a los corruptos.

Otro paso es trabajar con sus clientes, proveedores y competencia para promover una cultura de integridad. Por ejemplo, el éxito en el fútbol está en la combinación de tres factores: 1) profesionalismo y autodisciplina de los jugadores y otras personas involucradas como médicos, técnicos y managers, 2) reglas claras y eficaces del juego, 3) un arbitraje imparcial que garantiza el Estado de Derecho. Así se forma un círculo virtuoso que crea valor económico, social y estético. En contraste, el fútbol con poco profesionalismo y autodisciplina, con muchas reglas y con un arbitraje subjetivo, sería la antítesis del deporte mismo. Tal lógica aplica en la vida económica de cualquier país: la cultura de integridad es pieza clave para un desarrollo exitoso.

El cambio no puede forzarse ni imponerse, es una decisión libre y compartida de los tres sectores, los cuales deben entender que el reto de combatir la corrupción posee en sí mismo beneficios intrínsecos.

*El autor es profesor del área de Entorno Político y Social de IPA-DE Business School.