El presente documento fue elaborado en el marco del Programa para Prevenir el Soborno en la Cadena de Valor Empresarial cuya finalidad es brindar a las empresas PYMES una herramienta práctica que sirva como referencia para elaborar una política que contenga sus principales compromisos para prevenir y combatir el soborno.

POLÍTICA ANTI-SOBORNO[[1]](#footnote-1)

La empresa acuerda implementar la presente Política Anti-Soborno como muestra de su sólido compromiso con la transparencia y el combate al soborno en todas sus formas como pilar fundamental de sus valores corporativos.

Principios

* No pagaremos sobornos, ni aceptaremos que se ofrezcan sobornos en nuestro nombre para obtener una ventaja comercial.
* No aceptaremos sobornos, ni permitiremos que estos sean aceptados en nuestro nombre con el fin de influenciar a la empresa.
* Evitaremos hacer negocios con quienes no acepten nuestros valores o puedan perjudicar nuestra reputación.
* Nos aseguraremos de que todos en nuestra empresa, al igual que nuestros socios comerciales, conozcan nuestros Principios.
* Revisaremos y actualizaremos regularmente nuestro Programa y nuestros procesos, según las necesidades.
* Respetaremos estos Principios aún en las situaciones y etapas difíciles.
* Reportaremos todo acto de corrupción y soborno o cualquier sospecha seria de los mismos a las autoridades competentes que correspondan.
* Llevaremos a cabo nuestra actividad comercial de manera justa, honesta y abierta.

Regalos

Podremos aceptar regalos en la forma de pequeños artículos, de valor limitado. No podremos aceptar objetos de valor[[2]](#footnote-2).

Aunque podamos aceptar un regalo de manera puntual, no aceptaremos regalos que nos sean ofrecidos de forma regular o frecuente. Los regalos que hagamos deben tener un valor moderado, ser legales en virtud de lo dispuesto por la Ley y ser aprobados por la dirección de la empresa[[3]](#footnote-3). Adicionalmente los regalos deberán cumplir con lo siguiente: (i) se limitan a gastos razonables y de buena fe, (ii) no afectan indebidamente, ni pueden ser percibidas como que afectan indebidamente, a la independencia de juicio del receptor hacia el donante, (iv) no son contrarios a las disposiciones conocidas del Código de Conducta del receptor y (v) no se ofrecen ni se reciben con demasiada frecuencia ni en un momento inadecuado.

Los artículos de valor recibidos como regalos que se opongan a los principios de la empresa serán devueltos o descartados conforme lo disponga la dirección de la empresa[[4]](#footnote-4).

La empresa y sus colaboradores son conscientes de que en caso de que sus proveedores o cualquier tercero que preste servicios a favor de la compañía sea compensado de manera justa y correcta, no se deberá entregar ningún beneficio o regalo adicional.

Atenciones

Podremos ofrecer y aceptar atenciones (o entretenimientos) con un anfitrión, si son razonables y obran en el interés legítimo de la empresa.

No ofreceremos ni aceptaremos atenciones lujosas o frecuentes, ni tampoco atenciones o entretenimientos en los que no haya anfitrión[[5]](#footnote-5).

Conflictos de intereses[[6]](#footnote-6)

Un conflicto de intereses surge cuando se antepone un interés o una relación personal a los intereses de la empresa. Los conflictos de intereses pueden viciar el criterio y derivar en acciones que no son ni honestas ni realizadas de forma transparente. En ocasiones, esto puede conducir a una situación en la que las personas actúan en contra de su mejor juicio y dan o aceptan un beneficio que puede perjudicar a su empresa.

En caso de que algún trabajador considerare que existe un posible conflicto de interés deberá reportar el conflicto de interés a la Dirección de Recursos Humanos, Dirección Legal o Representante Legal, a efectos de que tal conflicto de interés sea registrado y se tomen las acciones a que hubiere lugar para su apropiado tratamiento.

Contribuciones benéficas y patrocinio

Los sobornos pueden disimularse en forma de contribuciones benéficas o patrocinios. Por lo que es necesario asegúrese de que el dinero que la empresa paga a una entidad benéfica no dependa de un acuerdo comercial ni se realice con el fin de conseguir un contrato o hacer negocio.

El patrocinio se refiere a los pagos que realiza la empresa, en efectivo o en especie, para poder vincular su nombre a un evento popular, por ejemplo, a una actividad deportiva, o relacionarse con una persona conocida, por ejemplo, un cantante. El beneficio para la empresa radica en la asociación de su nombre con lo conocido y famoso, pero el patrocinio debería ofrecer beneficios reales y ponderables para la empresa, como más publicidad y una mayor solidez de la marca. El patrocinio se debe realizar para el beneficio de la empresa y no para encubrir un soborno.

Pagos de facilitación (coimas)

La Empresa rechaza todo tipo de pagos de facilitación toda vez que los mismos constituyen otra forma de soborno. Como pago de facilitación se entienden los pagos no oficiales e impropios que se hacen a un funcionario de bajo nivel para asegurar o agilizar la realización de una acción de rutina o necesaria a la cual el pagador del pago de facilitación tiene legalmente derecho. Puede tratarse incluso de montos pequeños exigidos por los proveedores de servicios con el fin de garantizar o ‘facilitar’ los servicios a los que la empresa tiene derecho, como por ejemplo conectar un teléfono u obtener un visado, o bien puede ser dinero que se ofrece a un funcionario público para ‘acelerar’ ilegalmente la prestación de servicios y la concesión de permisos.

Contribuciones políticas[[7]](#footnote-7)

**Opción 1.-** Si no está de acuerdo con las contribuciones políticas:

Texto sugerido: *Esta empresa tiene la categoría de empresa apolítica por lo que rechaza todo tipo de contribución política.*

**Opción 2.-** Si está de acuerdo con las contribuciones políticas:

*Esta empresa podrá realizar contribuciones políticas. Para tal efecto, este tipo de decisión deberá pasar por aprobación del Directorio o Junta de Accionistas[[8]](#footnote-8) y registrarse internamente. La empresa se compromete a revelar todo tipo de contribuciones políticas de forma transparente en sus reportes anuales. En todo caso la decisión de realizar una contribución política deberá observar la oportunidad del momento y en ningún caso estar atada a un beneficio indebido[[9]](#footnote-9), adicional esta empresa se compromete a revisar la normativa nacional vigente que regule esta materia. Esto es, la finalidad por la que se realiza la contribución será determinante en cuanto a que exista una buena práctica o un soborno encubierto. Las contribuciones políticas deberán ser entregadas únicamente a organizaciones legalmente constituidas y nunca directamente a una persona particular.*

Difusión y reporte de posibles incumplimientos

Esta política deberá ser difundida internamente y de libre acceso para todos sus trabajadores e incluso a terceros relevantes que deban conocerla[[10]](#footnote-10). Se deberá realizar la difusión de la política sobre una base periódica para así recordarla a los actores con la debida frecuencia y difundirla oportunamente a nuevos actores con quien la empresa establezca relaciones.

Adicionalmente, ningún trabajador podrá sufrir represalias o medidas discriminatorias o disciplinarias por reportar de buena fe infracciones o sólidas sospechas de infracción de la presente política ni por negarse a participar en actos de corrupción, incluso cuando dicha negativa pueda acarrear una pérdida de negocio a la empresa. Esta será responsable de atender e investigar de manera diligente los hechos reportados, así como de contestar al denunciante, si esto fuera posible, sobre los hallazgos encontrados respecto de la situación reportada como posible incumplimiento.

1. La presente Política Anti- soborno se basa en los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno. Edición Para Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) publicado el 2008 por Transparencia Internacional y en el Compendio ICC de Integridad Empresarial publicado el 2017. [↑](#footnote-ref-1)
2. Puede ser oportuno establecer un límite para el valor de los regalos –por ejemplo, 50 dólares norteamericanos– o proporcionar ejemplos de regalos pequeños tales como artículos promocionales, flores o chocolates. Entre los ejemplos de artículos de valor que no se deben aceptar se incluyen joyas de oro, relojes costosos o billetes de avión. Importante que se identifique claramente el contexto para determinar un monto aceptable de regalo máximo. [↑](#footnote-ref-2)
3. Por lo general, existen leyes o regulaciones relativas a lo que los funcionarios del gobierno pueden aceptar. Le será de ayuda comentar y decidir qué regalos ofrecer a sus clientes en lugar de dejarlo al criterio de una sola persona. Recuerde que sus clientes pueden decidir también tener su propia política sobre regalos. [↑](#footnote-ref-3)
4. En ocasiones sería descortés rechazar un regalo, como por ejemplo en un evento público. Es útil haber pensado con anticipación en esta posibilidad y contar con una guía ya preparada. En estos casos, el regalo puede ser aceptado y devuelto posteriormente junto con una carta de explicación. Como alternativa, podría elegir donar su valor a una entidad benéfica. Quien ofreció el regalo debería ser informado de lo que ha hecho su empresa y la razón de ello, con el fin de evitar los regalos de valor en otras ocasiones. [↑](#footnote-ref-4)
5. Cuando nadie de la empresa organizadora de un evento asista como anfitrión de los invitados -por ejemplo en un evento deportivo-, se trata entonces de un regalo y no de una atención, por lo que este caso recae dentro de la norma para regalos. Para que se trate de una atención debe de estar involucrado algún elemento comercial, por ejemplo la promoción de buenas relaciones o el seguimiento de una reunión de negocios. Las atenciones suntuosas exceden lo que se considera apropiado, como por ejemplo el alojamiento durante un fin de semana en un hotel costoso, que incluya además a los cónyuges. Este tipo de prácticas no constituyen un problema , siempre y cuando cada empresa pague sus propios gastos de viaje y alojamiento. [↑](#footnote-ref-5)
6. Un conflicto de interés surge cuando los intereses privados de un particular o de particulares cercanos a él difieren de aquellos de la organización a la que pertenece el particular. [↑](#footnote-ref-6)
7. Las empresas deberán tomar todas las medidas a su alcance para evitar que un pago de este tipo sea utilizado como una herramienta para ocultar la corrupción. [↑](#footnote-ref-7)
8. Se sugiere que esta decisión no sea tomada por una sola persona sino por los máximos personeros de la misma de manera consensuada. [↑](#footnote-ref-8)
9. Si está en medio de un proceso de negociación para obtener un contrato o una licencia del gobierno, por ejemplo un permiso de planificación, o si algún tema delicado de su empresa está siendo examinado por el gobierno, las contribuciones destinadas al gobierno o a un partido político local podrían ser vistas como un soborno. [↑](#footnote-ref-9)
10. Es crucial identificar todos los actores externos a quienes se debe difundir la política, poniendo especial énfasis en la relevancia que puedan tener. Por ejemplo, aquellos proveedores que puedan representar a la empresa en foros externos, tales como abogados, deben conocer y aplicar la política en todo momento. Se recomienda que actores internos y externos de la empresa firmen constancia de haber recibido y entender la política. [↑](#footnote-ref-10)