



Uno de los retos del *compliance* está en detectar riesgos en la cultura organizacional

COMPLIANCE

Compliance con más tecnología

Los programas de cumplimiento más sólidos implementan tecnología para ser más efectivos. Las empresas los cales todavía no la introducen.

Las empresas con programas de *compliance* consolidados han pasado de usar metodologías tradicionales de gestión de riesgos y prevención al uso de *machine learning*—aprendizaje de las computadoras— inteligencia artificial y *big data*. En corporaciones globales la tendencia es hacia la automatización de los procesos de *compliance*; en el Perú, las pocas empresas con áreas de cumplimiento suelen aplicar contratos y cursos de capacitación.

El análisis detallado de información para la identificación de riesgos antes no vistos es uno de los principales usos que le dan las empresas transnacionales a la tecnología en *compliance*. “Usamos tecnología para ver si una operación está creciendo muy por encima del mercado y cuáles son los factores que contribuyen a eso. Con [big data] podemos identificar si los gastos de viajes y entretenimiento están por encima de lo normal y buscamos palabras claves en más de un millón de *mails*”, dice Daniel Glaser, *president and chief executive officer* de Marsh & McLennan Companies.

La implementación de tecnología ha venido acompañada de una sofisticación en la medición del *compliance* y su consolidación en la cultura organizacional. “Tenemos dos tipos de controles:

los financieros que miden los márgenes y los más *soft* que buscan detectar potenciales riesgos en la cultura”, añade Glaser. El cambio cultural todavía es un reto pendiente. El 20% de ejecutivos de empresas de consumo masivo a nivel global pagaría sobornos en efectivo para salvar su compañía en una crisis, según la EY Global Fraud Survey (ver gráfico).

En el Perú los programas de *compliance* no se han implementando masivamente. La mayor parte se enfoca sólo en cumplir el mínimo requerimiento legal y no en el cambio de cultura organizacional (SE 1616). “No conozco una empresa que los haya incluido en su presupuesto”, dice Rosario Calderón, socia de *advisory* de KPMG. (BY)

El 20% de ejecutivos de empresas de consumo masivo a nivel global pagaría sobornos para salvar su compañía.

Proporción de ejecutivos que justificaría sobornos en efectivo para salvar su negocio*
En %

Ejecutivos por industria	Consumo masivo	16%
	Inmobiliario	16%
	Automotriz	14%
Ejecutivos por puesto	Financiero	18%
	Compliance	7%
	Otros	13%
Empresas por facturación (en mlls. de US\$)	0 - 50	20%
	51 - 249	12%
	250 - 2,999	13%
	3,000 a más	6%

*Muestra: 2,500 ejecutivos, en 55 países a nivel mundial

EY Global Fraud Survey