

Management

GOBIERNO CORPORATIVO

Compliance aún no implementado

El 'ruido' por los escándalos de corrupción y el DL 1352 no han llevado a que se implementen más programas de compliance

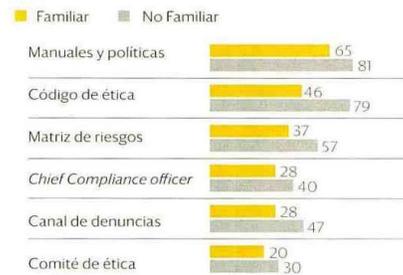
Los programas de *compliance*, uno de los principales temas discutidos en el empresariado el año pasado (SE 1582, *Ética en los Negocios*), no se han implementado al nivel que se proyectó a pesar de la publicación del Decreto Legislativo (DL) 1352 y el escándalo de Lava Jato. "No conozco una empresa que haya incluido los programas de *compliance* en su presupuesto", dice Rosario Calderón, socia de advisory de KPMG. Muchas empresas pidieron asesoría, pero ésta se quedó en el diagnóstico, coinciden las fuentes consultadas. "Más de 50 empresas nos han pedido asesoría sobre este tema. No es poco. Hoy se ha dejado de lado el plan de acción pero ya lo tienen armado", añade Nancy Yong, socia de PwC.

El bajo nivel de implementación de programas de *compliance* se ha evidenciado sobre todo en las empresas medianas y pequeñas, que no suelen contar con mecanismos sólidos de prevención, como *chief compliance officers*, comités de ética, entre otros (ver gráfico). Ello a pesar de los pedidos de asesoría que éstas realizaron el año pasado a las principales consultoras.

"Hemos asesorado a más de 15 empresas, de media-

Elementos de control y cumplimiento en la empresa

En %



SEMANA Económica y KPMG

nas a chicas" dice Calderón, de KPMG.

Los programas de *compliance* tampoco se han reforzado en las empresas más grandes. "Las transnacionales ya tienen un modelo a nivel corporativo, pero no 'mapean' los riesgos locales", dice Susana Sierra, directora ejecutiva de la consultora BH Compliance.

Las empresas estarían a la espera del reglamento del DL 1352 que se debió publicar el año pasado. "En Chile, cuando salió la ley, ninguna [empresa] sabía [de su existencia]. En el Perú, todas lo saben. La excusa en el 2017 era que la ley entraba en vigencia en el 2018. Hoy es que no ha salido el reglamento", dice Sierra.

El empresariado conoce los riesgos de reputación y negocio que pueden venir con no tener un sólido programa de *compliance*, pero sigue priorizando sus resultados. "[Las empresas] son conscientes del impacto reputacional, pero están preocupadas en vender y crecer", dice Sierra. (BY)

"No conozco una empresa que haya incluido los programas de compliance en su presupuesto" - Calderon, KPMG



El 28% de las empresas familiares tiene un *chief compliance officer*
FOTOMONTAJE