

## **Acuerdo Sectorial de Transparencia entre empresas fabricantes de tuberías para infraestructura de agua potable y desagües Argentina**

Las empresas Amanco Argentina S.A., Amitech S.A., Krah América Latina S.A., Nicoll Eterplast S.A., Petroplast S.A., Saint Gobain S.A., Steel Plastic S.A., Tigre Argentina S.A., y Tuboloc S.A., todas representadas en este acto por sus apoderados, con la adhesión de la Asociación Argentina de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente, y con el apoyo de Poder Ciudadano, Capítulo Argentino de Transparencia Internacional y la Fundación Avina, **acuerdan suscribir** una Declaración de Adhesión de “**Principios Empresariales para la Transparencia**”. Asimismo estas empresas han decidido comprometerse con la siguiente política general de transparencia para hacerla efectiva al interior de sus empresas, en sus relaciones de negocios y en sus relaciones con el Estado.

Las contratantes se comprometen a la adopción y fomento de prácticas efectivas para contrarrestar el soborno, la corrupción y todo comportamiento de competencia desleal.

Asimismo, promueven la confianza y la credibilidad por parte de sus clientes y demás grupos de interés, garantizan la sustentabilidad del negocio, fomentan la responsabilidad social en su actividad empresarial y propenden el respeto a la ley.

En consecuencia, han decidido comprometerse con los siguientes lineamientos particulares alrededor de cada una de las formas de soborno contenidas en los “Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno<sup>1</sup>” y de los temas identificados como estructurales para prevenir estas prácticas lesivas en el sector. Por lo expuesto, y siendo que esta iniciativa de las Empresas participantes surge como una forma de prevenir y combatir conductas desleales o anticompetitivas en su sector, es que bajo ningún concepto podrá interpretarse que la actuación conjunta de aquellas en el marco del presente importa o procura obtener ventajas comerciales o económicas, o alentar prácticas concertadas que afecten la libre competencia en el mercado:

### **Declaración de Principios Empresariales para la Transparencia**

#### **1. Licitaciones transparentes: Las empresas se comprometen a elaborar una política de especificación para la elaboración de pliegos en las licitaciones públicas.**

Con el objeto de alcanzar la transparencia en los procesos licitatorios, las empresas se comprometen a establecer una política de especificaciones que puedan resultar de utilidad para la elaboración de pliegos en las licitaciones públicas y privadas que abarque los temas de precios, calidad y conductas anti – monopolísticas de marcas en los procesos licitatorios. En las contrataciones públicas y privadas, las empresas aceptarán ser verificadas para que el producto especificado se entregue de acuerdo con las especificaciones contenidas en los pliegos, evitando dejar espacios de maniobrabilidad al soborno. El precio de referencia no deberá estar alejado del precio real de mercado, a menos que exista una variación previsible en los costos.

A su vez, se impulsarán veedurías técnicas en procesos de contratación pública.

---

<sup>1</sup> "Los Principios empresariales para contrarrestar el soborno" son una iniciativa de Transparency International y Social Accountability. Diciembre 2002.

**2. Las empresas se comprometen a combatir la corrupción en todas sus formas, incluyendo las distintas modalidades de soborno<sup>2</sup>.**

Se les prohíbe a las empresas ofrecer y/o aceptar propuestas en dinero o especie para la venta y compra de productos. A su vez, se prohíben los *sobornos* directos e indirectos y los *pagos de facilitación*.

Las *contribuciones caritativas* y los *patrocinios* serán transparentes y se registrarán con precisión en la contabilidad de cada empresa. Los *patrocinios* en dinero y/o especie están prohibidos para empresas clientes, proveedores y distribuidoras, cuando con ellos se constituye un subterfugio para sobornar.

Los *gastos de representación* y *gastos de hospitalidad* deben ser racionales, claramente reflejados en los informes contables y estar dirigidos al funcionario y no a su familia.

Las políticas de regalos y gastos se definirán en función a las ya existentes en cada una de las empresas, teniendo alcance sobre todos los miembros de la organización, vendedores y comisionistas de ventas.

La información sobre las políticas de regalos, gastos, contribuciones y patrocinios se controlará a través de los informes de auditoría de las empresas.

**3. Las empresas no podrán realizar contribuciones políticas.**

Las empresas se comprometen a no financiar campañas políticas y a no contratar a funcionarios públicos cuando exista conflicto de interés.

Se utilizará el mismo mecanismo de control empleado en el punto 2.

**4. Las empresas actuarán para que las relaciones con los intermediarios de ventas sean claras, transparentes y leales.**

Las empresas actuarán en pos de la extensión de este compromiso a los intermediarios de ventas con los que trabajen, incorporando el contenido de estos puntos para las relaciones comerciales que estén formalizadas por escrito en una segunda etapa.

**5. Las empresas promoverán la lucha contra la evasión impositiva.**

Las empresas promoverán la lucha contra la evasión impositiva en todas sus formas, inclusive la laboral, considerando el pago de los impuestos en todas las operaciones de compraventa. A su vez, no se permitirá la subfacturación en sus relaciones con privados.

*Nota:* Se adjunta en anexo I los aspectos que harán operativo el acuerdo y en el anexo II el glosario al cual hace referencia la nota de pie de página N° 2.

En constancia de aceptación de lo anterior, se suscribe en la Ciudad de Buenos Aires, a los 15 días del mes de diciembre de 2005 por las siguientes personas y entidades:

**Por las empresas firmantes del Acuerdo:**

\_\_\_\_\_  
Gerardo Ourracarriet  
Gerente General  
Amanco Argentina S.A.

\_\_\_\_\_  
Gustavo Gascón  
Gerente Comercial  
Amitech Argentina S.A.

<sup>2</sup> Ver anexo I: glosario.

---

Gustavo Mastellono  
Presidente  
Krah América Latina S.A.

---

Patrice Lannou  
Gerente General  
Nicoll Eterplast S.A.

---

Fernando Acosta  
Presidente  
Petroplast S.A.

---

Víctor Guajardo  
Gerente Administrativo y Financiero  
Tigre Argentina S.A.

---

Carlos López  
Gerente Comercial  
Saint Gobain (Canalización Argentina) S.A.

---

Paulo Stelatelli  
Director  
Steel Plastic S.A.

---

Marcelo Santiago  
Presidente  
Tuboloc S.A.

**Adhieren a la firma del acuerdo:**

---

Joaquín Brenman  
Representante  
AIDIS

**Apoyan la iniciativa**

---

Carlos Facal  
Presidente  
Poder Ciudadano, Capitulo Argentino  
Transparencia Internacional

---

Carlos March  
Represente Oficina de Buenos Aires  
Fundación Avina

## **Anexo I:**

### **Aspectos operativos**

La presente declaración establece ciertos aspectos operativos a tener en cuenta por los firmantes:

#### **1. Establecimiento de controles internos y auditorias**

Las empresas incorporarán el cumplimiento de la política anticorrupción en los informes anuales basados en informes de auditoría y se comprometen a hacer pública la sección pertinente a la memoria de su balance o bien incorporar una nota del auditor sobre este tema. La definición de estos criterios contables permite incentivar y mejorar la transparencia de los estados financieros.

#### **2. Recursos humanos**

Las empresas incorporarán la presente política como parte integral del contrato de trabajo, incluyendo procesos de capacitación y programas de inducción al personal de todos sus sectores sobre la filosofía propuesta por esta declaración, previendo una etapa de internalización de los aspectos mencionados, tal como se establece en las normas ISO 9000.

Las empresas asegurarán a sus empleados que no serán rebajados de categoría, sancionados ni sufrirán consecuencias adversas por negarse a pagar o recibir dádivas o cualquier otra ventaja con la intención de inducir la realización de una acción deshonestas, ilegal o que pudiera ocasionar pérdida de confianza en la conducción de las actividades comerciales empresariales, incluso si esto redundaría en la pérdida de negocios para las empresas.

#### **3. Comunicación interna y externa**

Las empresas incluirán la política anticorrupción a sus códigos de gestión interna y la divulgarán a través de sus comunicaciones internas y externas. Por su parte, impulsarán la realización de campañas sectoriales y gremiales para erradicar las prácticas y prevenir de actos de corrupción, así como los efectos penales de incurrir en comportamientos indebidos según los marcos institucionales.

Los Gerentes Generales de las empresas serán los responsables de respaldar los compromisos adquiridos en razón del acuerdo. Ellos liderarán la implementación del proyecto, vigilando su cumplimiento y el establecimiento de informes correctivos. Se informarán a los directivos de las empresas sobre los resultados del acuerdo.

#### **4. Reportes y consultas**

Cada empresa fijará a su interior las garantías institucionales necesarias al momento de tener que denunciar algún hecho de corrupción dentro de las mismas, actuando como mecanismo de protección de la propia empresa.

#### **5. Sanciones por incumplimiento del acuerdo**

Existirá un sistema de sanciones por incumplimiento del acuerdo, basado en tres niveles:

- Primer nivel: Notificación a todos los firmantes del acuerdo sobre el incumplimiento cometido por algún representante de la empresa.
- Segundo nivel: Suspensión, por un tiempo determinado, del uso del sello o distintivo que identifica a las empresas firmantes de los "Principios Empresariales para la Transparencia".
- Tercer nivel: Expulsión del acuerdo.

## **6. *Comité de Ética.***

Se conformará un Comité que aplicará sanciones éticas dentro del marco definido por los firmantes según lo establecido en el punto 5 de los aspectos operativos del presente acuerdo. El mismo resolverá consultas sobre la aplicación del contenido del acuerdo y la forma en que las empresas lo implementan.

El Comité será tripartito, conformado por un representante académico, una institución independiente vinculada al tema y un tercero independiente reconocido por su probidad. Los cargos del Comité de Ética serán ad - honorem y los costos para su funcionamiento serán asumidos por las empresas firmantes. Las decisiones tomadas por esta autoridad tendrán carácter vinculante para la parte sobre la cual recae la decisión, que será revisada en segunda instancia por las empresas firmantes del acuerdo.

El Comité denunciará ante las autoridades competentes a aquellas personas que incurran en conductas punibles y dará intervención a la justicia en caso que la denuncia sea de carácter legal. Poder Ciudadano, como Capítulo Argentino de Transparencia Internacional, actuará como veedor del proceso y del funcionamiento del Comité.

## **7. *Conformación de un grupo de trabajo promotor del acuerdo.***

Se conformará un grupo de trabajo del acuerdo que permita realizar un seguimiento continuo de la implantación de las distintas estrategias en la aplicación del presente acuerdo. Este grupo definirá un plan de acción que establezca las actividades a realizar, los responsables y los recursos requeridos. Se establecerán algunos indicadores claves que faciliten las actividades definidas en el plan de acción. Evaluarán también el cumplimiento de los logros alcanzados sobre el acuerdo teniendo en cuenta las opiniones y comentarios de actores involucrados con el fin de promover los ajustes necesarios.

## **8. *Asignación de un presupuesto por empresa.***

Las empresas firmantes asignarán un presupuesto que garantizará la puesta en marcha de las estrategias de funcionamiento efectivo del Comité de Ética.

## Anexo II:

### Glosario

Los siguientes conceptos se encuentran incluidos en los "Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno", elaborados por Transparencia Internacional y Social Accountability International.

- ♣ **Contribuciones caritativas:** Como forma de soborno, se entienden los pagos realizados en beneficio de la sociedad, con fines de caridad, educativos, de bienestar social o causas conexas, utilizadas como subterfugio para sobornar.
- ♣ **Patrocinio:** Como forma de soborno se entiende toda transacción comercial por medio de la cual la empresa realiza un pago, en efectivo o en especie, para asociar su nombre a una actividad o a otra organización, a cambio del cual obtendría derechos y beneficios indebidos.
- ♣ **Contribuciones Políticas:** Como forma de soborno, comprenden toda contribución, en efectivo o en especie, realizada con el propósito de apoyar una causa política a cambio de obtener ventajas indebidas en las transacciones de naturaleza comercial. Las contribuciones en especie pueden incluir un obsequio de bienes o servicios, publicidad o actividades de promoción que respalden a un partido político, la compra de entradas para eventos de recaudación de fondos y contribuciones a organizaciones de investigación muy vinculadas a un partido político.
- ♣ **Pagos de facilitación:** Son pequeñas cantidades de dinero que se entregan a cambio de asegurar o agilizar el curso de un trámite o acción necesaria sobre la cual el responsable del pago de facilitación tiene un derecho conferido por ley.
- ♣ **Regalos:** Todo tipo de bienes, servicios o préstamo que se ofrezca ostensiblemente como símbolo de amistad o manifestación de aprecio. Los regalos se pueden utilizar para expresar un propósito en común y el deseo de futuro éxito y prosperidad comercial. (Constituye una forma de soborno cuando se otorgan para recibir un beneficio inapropiado).
- ♣ **Hospitalidad:** Incluye entretenimientos, comidas, recepciones, entradas a espectáculos, eventos sociales o deportivos, como actividades para iniciar o desarrollar una relación entre personas de negocios. (Constituye una forma de soborno cuando se otorgan para recibir un beneficio inapropiado).
- ♣ **Gastos:** Pago por parte de la empresa de viáticos u otros gastos conexos incurridos por el potencial cliente o socio comercial, siempre y cuando dicho reembolso no sea parte del acuerdo contractual. (Constituye una forma de soborno cuando se otorgan para recibir un beneficio inapropiado).
- ♣ **Sobornos:** El ofrecimiento o aceptación de cualquier tipo de regalos, préstamos, honorarios, retribución o cualquier otra ventaja prometida y ofrecida por o a cualquier persona con la intención de inducirla a realizar una acción deshonesto, ilegal o que pudiera ocasionar pérdida de confianza en la conducción de las actividades comerciales de la empresa.