WORLD COMPLIANCE ASSOCIATION



Cuando el mercado exige integridad: el compliance como requisito de mercado

Contar con un sistema sólido de cumplimiento no es una opción, sino un factor decisivo para competir, generar confianza y asegurar la continuidad de cualquier relación empresarial

La función de compliance se ha consolidado como un elemento esencial para acceder y permanecer en el mercado. Las organizaciones operan hoy en un entorno en el que la capacidad de asegurar el cumplimiento, la transparencia y la integridad corporativa se ha convertido en un parámetro decisivo para evaluar la idoneidad de un proveedor o socio comercial. En múltiples sectores —no solo en aquellos altamente regulados— las empresas exigen a sus colaboradores garantías claras en materia de prevención de la corrupción, protección de datos, gestión de conflictos de interés y prevención del acoso. La falta de estos mecanismos deja de ser una mera carencia organizativa y pasa a interpretarse como un riesgo serio para la continuidad de cualquier relación de negocio.

Este cambio de expectativas supone que muchas compañías, especialmente pymes, puedan quedar excluidas de forma directa de determinadas oportunidades si no acreditan un sistema mínimo de gestión del cumplimiento. La cuestión no se limita a no superar una homologación o a obtener una puntuación insuficiente en un proceso de contratación pública. Cada vez es más habitual que operadores privados descarten a empresas que no ofrezcan un marco fiable de control y prevención, porque consideran que la falta de procedimientos de integridad supone un riesgo operativo, reputacional y contractual difícilmente justificable. Un proveedor sin políticas anticorrupción, sin un programa real de protección de datos, sin mecanismos para gestionar conflictos de interés o sin procedimientos de prevención del acoso genera incertidumbre, y la incertidumbre se traduce en una pérdida de confianza que el mercado no quiere asumir.

La presión es especialmente visible en las cadenas de suministro interconectadas. Las compañías tractoras, sometidas a crecientes obligaciones en materia de sostenibilidad, transparencia y gobierno corporativo, trasladan estos requisitos a todos los eslabones con los que trabajan. La pyme que no dispone de mecanismos de control proporcionados a su actividad puede encontrar barreras significativas para mantener su posición como proveedor; no por falta de calidad técnica, sino por no cumplir los estándares de integridad exigidos por sus clientes. Esto convierte el compliance en un elemento estructural de la relación comercial, y no en un mero ejercicio formal o documental.

La contratación pública sigue esta misma dinámica. Es cada vez más frecuente que los pliegos incluyan requisitos vinculados a la existencia de canales de denuncia, políticas de prevención de la corrupción, medidas frente al acoso o procedimientos de protección de datos debidamente implantados. La Administración busca trabajar con entidades que demuestren solidez en sus prácticas de integridad, y aquellas que no cuentan con estos mecanismos compiten en desventaja.

En este escenario, disponer de un sistema de compliance sólido y proporcionado al tamaño y realidad de la empresa ofrece una ventaja sustancial. Más allá de garantizar el cumplimiento normativo, permite proyectar una imagen de fiabilidad, profesionalidad y madurez organizativa, cualidades que el mercado valora cada vez más. Los clientes buscan proveedores capaces de gestionar riesgos de integridad de manera coherente y demostrable, y las empresas que integran el compliance en su estructura obtienen una posición preferente en términos de confianza y continuidad comercial.

La conclusión es inequívoca: el mercado actual no solo distingue entre empresas que cumplen y empresas que no lo hacen, sino que excluye activamente a aquellas que no pueden garantizar un marco básico de integridad. La prevención de la corrupción, la protección de datos, la gestión de conflictos de interés y la prevención del acoso no son ya elementos accesorios, sino condiciones esenciales para competir en un entorno empresarial que exige rigor, transparencia y responsabilidad. Integrar estas prácticas no es únicamente una obligación regulatoria; es un requisito fundamental para asegurar la permanencia y el crecimiento en un mercado que ha elevado sus estándares de forma definitiva.

Fuente: https://www.grantthornton.es/

LINK DE LA NOTICIA