

Informe de Compliance Penal

Hacia sistemas de cumplimiento avanzados



Contenidos

Sección	Página
Introducción	3
Principales conclusiones	5
Cumplimiento en España	6
Responsabilidades desconocidas	9
El impacto del compliance	14
Beneficios del compliance	18
Nivel de compliance en España	23
Contacto y metodología	30

Introducción



Nuestra experiencia muestra que el nivel de conocimiento y el grado de implementación de sistemas de gestión de compliance es cada vez mayor en las compañías españolas.

Prácticamente 10 años después de la introducción de la responsabilidad penal de la persona jurídica en nuestro ordenamiento, ya es frecuente oír hablar de compliance penal en entornos de alta dirección.

En todo caso, desde la perspectiva de una firma de servicios multidisciplinar como es Grant Thornton, en continuo análisis de las necesidades de la empresa, observamos gran variedad de aproximaciones al compliance, lo que demuestra que la necesidades y expectativas que las empresas desean cubrir con sus programas de cumplimiento son bien diversas.

Algunas organizaciones priman la salvaguarda de responsabilidades de la propia compañía y de sus administradores; mientras que, para otras, compliance es el vehículo para asegurar el cumplimiento de estándares éticos y de integridad. Y, en la base de toda relación de la empresa con el compliance, se encuentra el reto de lograr una verdadera cultura de cumplimiento que haga del sistema una realidad viva y comprometida en el seno de la organización.

El aprendizaje en la aplicación práctica de estos servicios muestra que el éxito en la función de compliance radica en pasar de una visión negativa, consistente en evitar potenciales responsabilidades, a una función positiva orientada a consolidar principios éticos, entre los que se encuentra el cumplimiento de la legalidad como límite a los riesgos de negocio.

A fin de contribuir a una reflexión más profunda en esta materia, desde el Área de Cumplimiento Normativo de Grant Thornton, hemos querido analizar, mediante una encuesta a compañías de distintos tamaños y sectores de actividad, los motivos que empujan a administradores y directivos a impulsar programas de cumplimiento, qué esperan de ellos, cuál es su percepción del riesgo y el nivel y calidad de sus sistemas de gestión de compliance.

Esa encuesta da forma al informe que tiene en sus manos, en el que hemos querido conocer en mayor profundidad cómo afrontan las compañías españolas el camino del compliance desde una mera imposición legal para evitar responsabilidades, hacia la asunción de una cultura de compliance como un activo singular para las compañías. Para ello, también hemos realizado entrevistas cualitativas con responsables de la función de compliance de algunas organizaciones con sólidas estructuras en esta materia y claros compromisos con la ética y el cumplimiento.

En este momento de cierta madurez del compliance en nuestro país, desde Grant Thornton deseamos contribuir con una reflexión más pausada. Como ya anticipamos, los sistemas de gestión de cumplimiento penal son hoy día una realidad y una clara necesidad de mercado para cualquier compañía, con independencia de su tamaño o sector de actividad. Esperamos que los datos y conclusiones que hemos obtenido contribuyan en la madurez del compliance en nuestro país en favor de compañías más sólidas y mejor protegidas.

Ignacio Ripol

Director de Compliance de Grant Thornton



Principales conclusiones

Hablar de compliance penal en entornos de alta dirección se ha vuelto más frecuente. Ya no es un término que nos suena ajeno. Los cambios normativos que extienden la responsabilidad penal a las empresas están en la base de este hecho.

Sin embargo, en nuestra labor de asesoramiento y análisis continuo de las necesidades empresariales, desde Grant Thornton venimos detectando importantes carencias en la forma de adoptar estrategias de compliance en las empresas españolas. Debemos recordar que el cumplimiento normativo no es una opción, y por tanto, es necesario un despliegue adecuado a los riesgos inherentes a la actividad de cada organización. Con el objetivo de contribuir a una reflexión profunda en esta materia, desde esta Firma hemos querido analizar el estado del arte del compliance en España, conocer cuál es el estado real de implantación de estrategias de compliance en nuestras empresas.

Para ello hemos realizado una encuesta a altos directivos de empresas españolas, que hemos complementado con entrevistas cualitativas de diferentes expertos en la materia, que nos han descrito sus experiencias y visión personal. Toda esta investigación ha dado lugar al informe que tienen en sus manos. Deseamos que sea un punto de partida para que las empresas reflexionen sobre su propia estrategia, sobre las ventajas de contar con una estrategia de compliance y, más importante si cabe, de los riesgos importantes de no hacerlo.

Sin embargo, que el término compliance nos sea más familiar, no impide que:



Existe un alto grado de desconocimiento de los riesgos penales que pueden derivar para la empresa y sus administradores.



Sólo el 9% de las empresas disponen de verdadero sistema de gestión de compliance.

Un considerable número de compañías no cuenta con ninguna herramienta de prevención del riesgo penal y algunas otras han adoptado algunos recursos típicos en una estrategia de cumplimiento normativa, pero no cuentan con un sistema de gestión compliance en los términos establecidos en el Código Penal y otros estándares de referencia.



Únicamente una de cada cuatro empresas tiene un presupuesto destinado a temas de ética y compliance.

CAPÍTULO 1

CUMPLIMIENTO EN ESPAÑA

¿Nos situamos en un buen nivel?

Nivel de madurez de estructuras de Compliance en España

Con el objetivo de conocer el contenido de los sistemas de compliance en las empresas españolas, hemos elaborado un indicador que sintetiza las respuestas de las empresas a un conjunto de preguntas, referidas a algunos de los elementos de un adecuado sistema de gestión de compliance penal.

Únicamente el 9% de las empresas cuenta con un sistema de compliance desarrollado. Dos tercios de las empresas consultadas, manifiestan carencias graves en materia de compliance.

PREGUNTAS QUE FORMAN EL ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE GRANT THORNTON

- P11. ¿Cuenta su empresa con un responsable de cumplimiento legal u órgano de cumplimiento?
- P13. ¿Cuenta con asesoramiento externo en materia de Compliance?
- P14. ¿Cuenta su empresa con un código de conducto o un código ético?
- P15. ¿Cuenta su empresa con una política anticorrupción?
- P17. ¿Cuenta su empresa con un canal de denuncias o un canal ético?
- P19. ¿Cuenta su empresa con una política de cumplimiento normativo?
- P20B. ¿Tienen intención de mejorar el sistema de cumplimiento normativo en la empresa a lo largo de 2019?
- P21. ¿Disponen en su empresa de un presupuesto específico en materia de cumplimiento?
- P23. En su compañía ¿se realizan valoraciones de riesgo periódicas?
- P24. Piense en la última evaluación ¿se identificó algún tipo de riesgo de carácter legal?
- P26. En su compañía ¿se imparte formación a empleados en materia ética, integridad o cumplimiento normativo?



El resultado muestra que gran parte de los encuestados creen disponer de un verdadero sistema de gestión de compliance por la mera adopción de algunas medidas recomendadas en materia de gestión de riesgo penal. Sin embargo, tal y como recuerda Ignacio Ripol, Director de Procesal y Cumplimiento Normativo de Grant Thornton, “el compliance es como una cadena, cuya resistencia equivale a la de su eslabón más débil”.

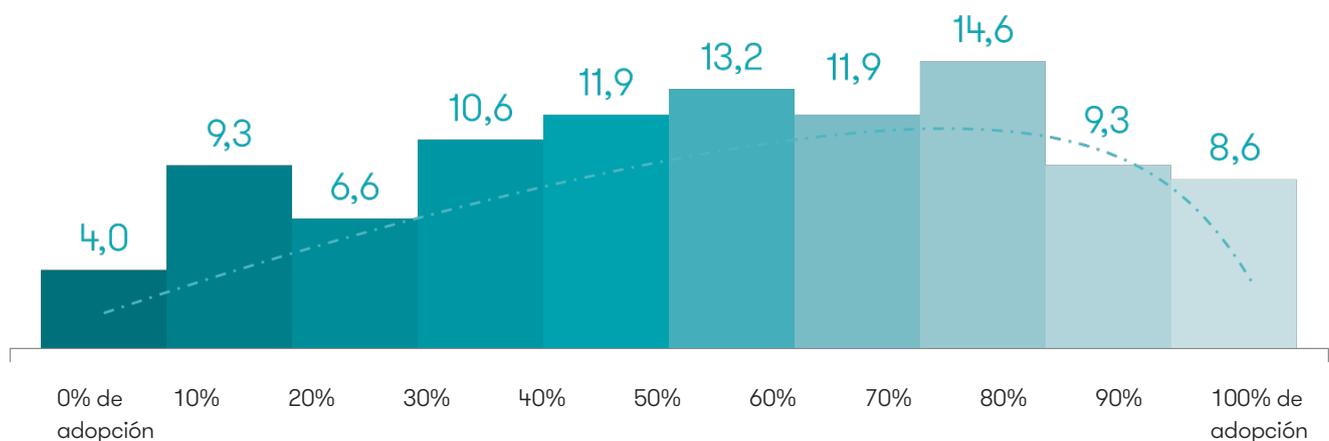
Por lo tanto, el resultado fruto de esta investigación es revelador: únicamente el 9% de las empresas, manifiestan tener desplegadas el conjunto de herramientas analizadas.

Este índice, debe ser una llamada a la reflexión. Las fuentes de riesgo son múltiples, por lo que se hace preciso un sistema de gestión integrado y que cumpla con las exigencias de la normativa española y demás estándares de referencia.

Armin Hoefler, Chief Compliance Officer de LIDL ESPAÑA, recuerda que “aunque pudiera considerarse remoto, la mera existencia de un riesgo penal, justifica la adopción de un sistema de compliance”.

El exceso de nueva normativa y la creciente complejidad de las normas jurídicas elevan el riesgo de la compañía de incurrir en conductas de incumplimiento. No cumplir con obligaciones es una de las principales causas de daños económicos y reputacionales en las compañías, incrementándose además en los últimos años las sanciones y la responsabilidad -incluso criminal- de las organizaciones, administradores y directivos que incurrieran en estas conductas.

Datos en porcentaje, indicando el porcentaje de la muestra que tiene el número de puntos indicado en el eje en el índice.



Fuente: IBR Grant Thornton

CAPÍTULO 2

RESPONSABILIDADES DESCONOCIDAS

Una baja percepción del riesgo

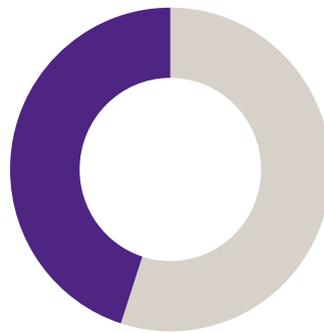
Baja percepción del riesgo por parte del empresario español

Para profundizar en todos estos aspectos, Grant Thornton ha evaluado el conocimiento, sistemas y medios, que poseen las empresas españolas en materia de compliance. Asimismo, ha analizado los temores y riesgos percibidos por los directivos en este ámbito. El 45% de los directivos no son conscientes de que carecer de un programa adecuado de compliance puede acarrear responsabilidades a los administradores.

El 45% de los directivos desconoce la responsabilidad que pudiera derivarse a los administradores por no impulsar la función de compliance.

La falta de desarrollo de la función de compliance en la empresa española es una importante amenaza para los administradores. El concepto de cumplimiento legal o compliance ha sido principalmente introducido en nuestro país con el nacimiento de la responsabilidad penal de las personas jurídicas y la posibilidad de eximir o atenuar esta responsabilidad con la incorporación en la compañía de un programa de cumplimiento (artículo 31 bis CP). Aunque es posible afirmar que compliance es mucho más, en España la función viene íntimamente ligada a los mecanismos que la empresa despliega para evitar incurrir en responsabilidad criminal.

Adicionalmente, el incumplimiento normativo o incluso la falta de adopción de sistemas de gestión de cumplimiento, puede derivar en responsabilidad de los órganos de administración. Un tercio de las acciones contra administradores sociales se fundamentan en un incumplimiento legal (non-compliance), siendo la primera causa de reclamación tanto por número como por valor de las reclamaciones.



45%

De los directivos no saben que no disponer de programa de compliance puede acarrear responsabilidades a los directivos/administradores

En este sentido, Carlos Balmisa, director de Control Interno de la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC), considera que “los miembros de los órganos de administración tienen una posición muy frágil frente a los riesgos de carácter penal si no existe una sólida estructura de compliance”. Como consecuencia de esta potencial responsabilidad de los administradores por la falta de control de cumplimiento, Balmisa entiende además que es “natural que la motivación para desarrollar sistemas de compliance nazca de la posible responsabilidad personal de los consejeros, y no tanto del riesgo de responsabilidad penal de la compañía”.

Por su parte, los directivos consideran que los daños con mayor impacto en la compañía en materia legal son los relativos a sanciones administrativas por incumplimiento de normas, mientras que el riesgo con mayor probabilidad de ocurrencia lo perciben en los cambios legislativos que pueden afectar a su actividad.

Moderada concienciación, pero baja percepción del riesgo para la propia empresa.

Tradicionalmente, entre las causas del riesgo legal -considerado como la posibilidad de pérdida patrimonial de la organización- se incluyen las reclamaciones de terceros, transacciones frustradas, cambios legislativos, sanciones administrativas, etc. Desde la modificación del Código Penal, la empresa debe incluir entre éstas la comisión de conductas delictivas en el seno de la organización que provoquen su responsabilidad penal. En este sentido, se percibe un moderado grado de concienciación en el mercado respecto al impacto que la comisión de conductas delictivas podría tener para la compañía, puesto que tan solo el 43% de los encuestados considera la comisión de delitos como un riesgo legal.

Con el mismo porcentaje los empresarios encuestados señalan los cambios legislativos que afectan a la actividad propia de la empresa y con un 53% las posibles sanciones administrativas por incumplimiento de obligaciones legales. Con relativa distancia a estos riesgos los directivos a los que se ha preguntado indican el incumplimiento de obligaciones contractuales (22%).

Riesgos legales que mayor daño podrían causar en opinión de los directivos

Datos en porcentaje



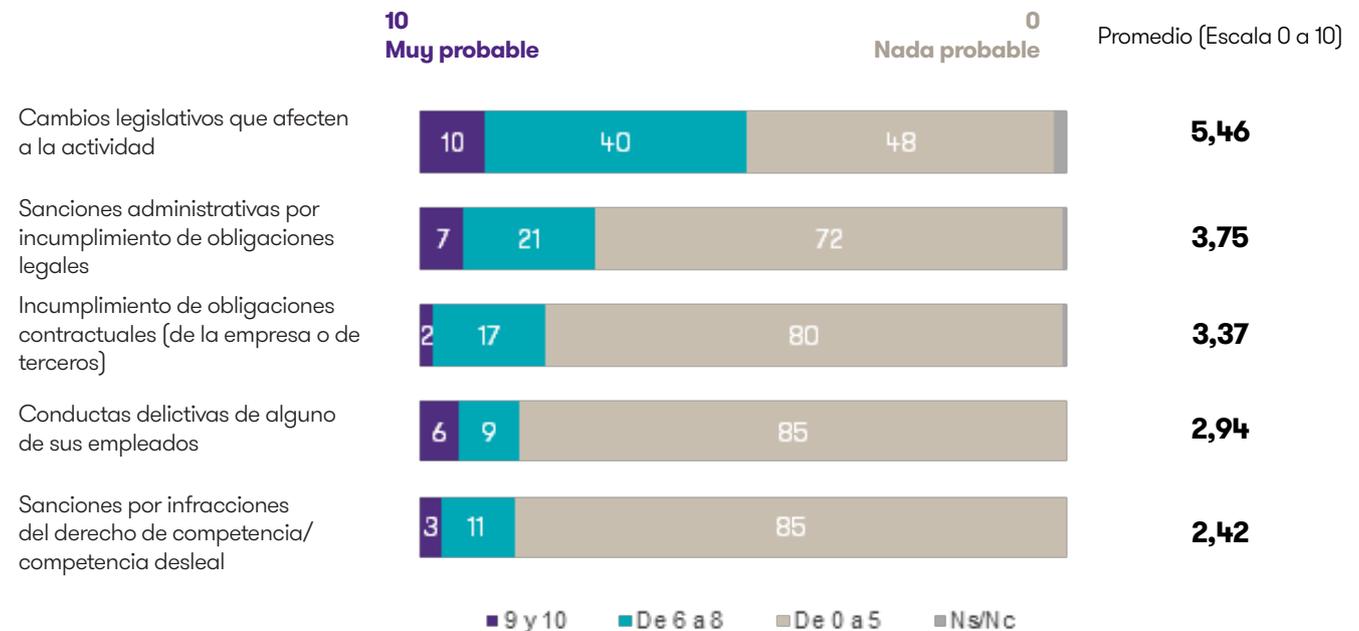
Fuente: IBR Grant Thornton



Sin embargo, la percepción de riesgo es baja, como muestra la siguiente tabla. De hecho, el principal riesgo percibido por las empresas es un cambio normativo que pueda afectar al desarrollo de su actividad. Pero no se tienen tanto en cuenta las sanciones administrativas por incumplimiento de obligaciones legales, contractuales o conductas delictivas de algunos de los empleados.

¿En qué medida ve probable que su compañía se vea afectada por...?

Datos en porcentaje. Datos ordenados según su promedio



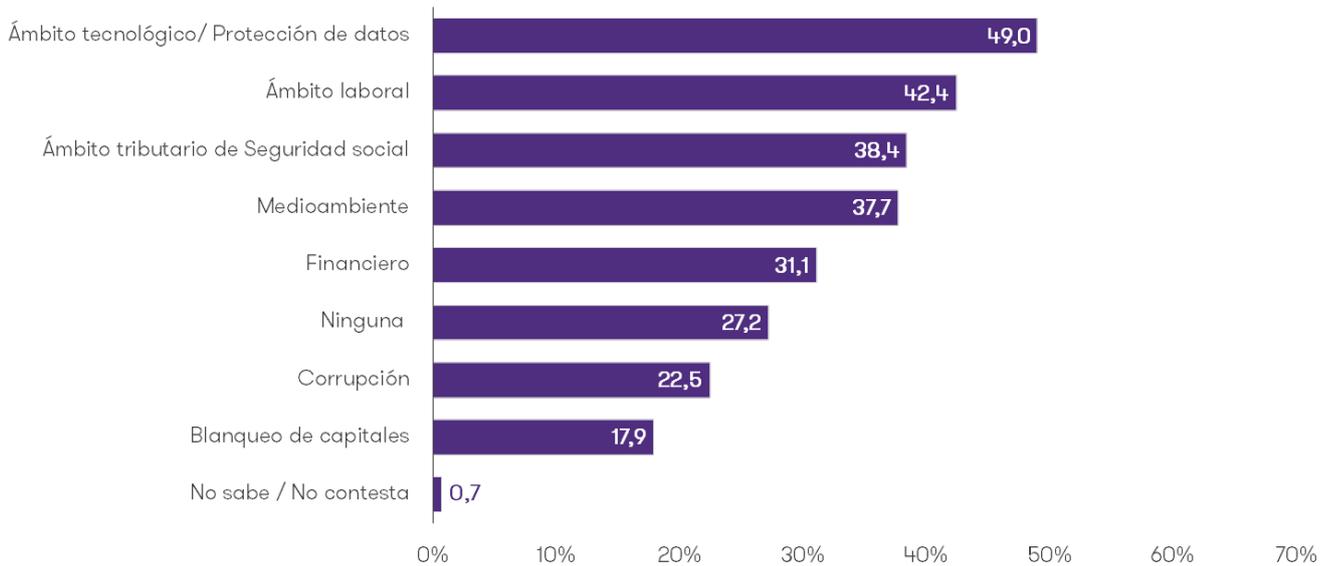
Fuente: IBR Grant Thornton



Otro ejemplo de ese temor a los cambios normativos es el caso del Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD). Un 49% de los directivos sitúan en el ámbito tecnológico, seguridad de la información y la protección de datos el mayor riesgo de incurrir en responsabilidad penal en su propia empresa. Por debajo se sitúan áreas como la laboral, obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, el medioambiente y el área financiera, entre otras.

Área en que las personas encuestadas creen que podría producirse de forma más probable una responsabilidad penal en su empresa

Datos en porcentaje. Multi-respuesta, los porcentajes pueden sumar más de 100%.



Fuente: IBR Grant Thornton

CAPÍTULO 3

EL IMPACTO DEL COMPLIANCE

El coste de no contar con una estructura
madura de cumplimiento

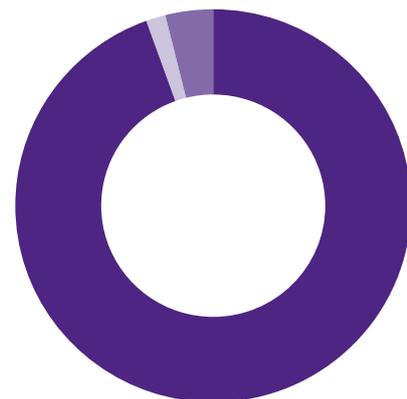
¿Están las empresas españolas teniendo problemas al no cumplir adecuadamente?

En los últimos cinco años, el 4% de las empresas participantes reconocen haber estado involucradas en algún procedimiento por la comisión de conductas delictivas. Dos tercios de éstas han recibido reclamaciones en el área laboral, y la mitad de ellas por temas tributarios.

“La función de compliance no es un lujo, sino una necesidad”.

Juan Antonio de Rueda
Equatorial Coca Cola

En los últimos 5 años, ¿se ha visto su compañía involucrada en algún procedimiento por conductas delictivas?



- No **94,7%**
- Sí **4%**
- No sabe **1,3%**

Fuente: IBR Grant Thornton

En los últimos 5 años, ¿en qué área se ha visto su compañía involucrada en algún procedimiento por conductas delictivas?



66,7%

Trabajadores



50%

Agencia tributaria / S.S.



33,3%

Medioambiente



33,3%

Corrupción



16,7%

Competencia

Fuente: IBR Grant Thornton

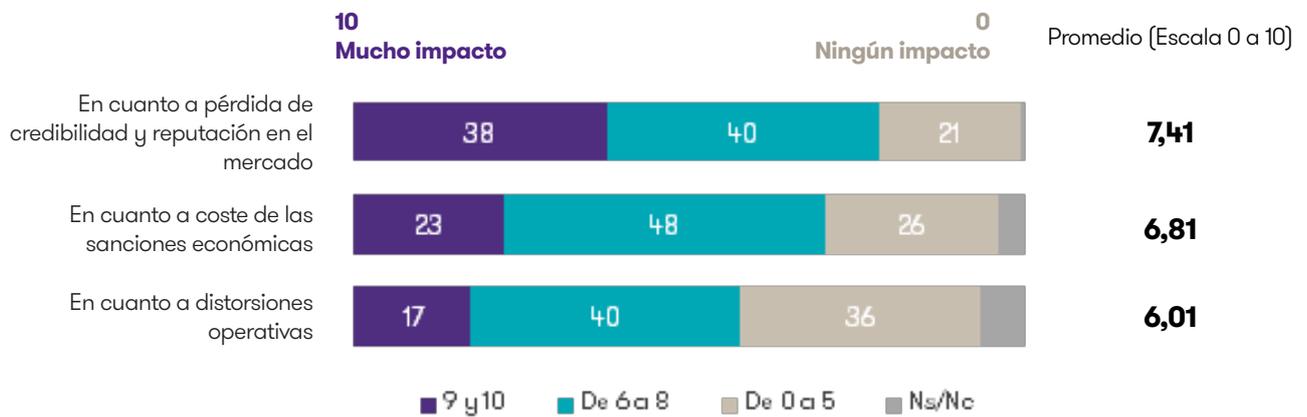


Una denuncia por comisión de delitos, con frecuencia, tendría un elevado impacto en la credibilidad y reputación de la organización en el mercado, incluso por encima de las sanciones económicas a las que pudiera tener que hacer frente la compañía, y así lo perciben los directivos entrevistados.

En este sentido, Carlos Balmisa, responsable de control interno de la CNMC, sostiene que “una sólida estructura de compliance, genera confianza en las relaciones con terceros. Solo con los mejores estándares podemos ser creíbles”. Armin Hoefler, Chief Compliance Officer de LIDL España recuerda que en su compañía, “el compliance responde a la necesidad de aportar transparencia y asegurar que se hacen bien las cosas”.

¿En su empresa qué impacto tendría una denuncia por comisión de delitos?

Datos en porcentaje.



Fuente: IBR Grant Thornton



Un claro ejemplo lo vemos en el sector de la automoción a nivel internacional, sector que ha conocido bien el impacto de denuncias sobre su reputación. Eso hace que sea el sector que percibe mayor riesgo a todos los niveles en este tipo de denuncias.

¿En su empresa qué impacto tendría una denuncia por comisión de delitos?

SEGÚN SECTOR (TOP 5) Datos en promedio, expresado en escala 0 a 10 (0 ningún impacto 10 mucho impacto)

	TOTAL	Automoción	Comercio	Infraestructura	Manufac. y extractiva	Hostelería
En cuanto a pérdida de credibilidad y reputación en el mercado	7,41	8,41	6,96	7,20	6,73	6,00
En cuanto a coste de las sanciones económicas	6,81	7,19	6,48	6,53	6,43	6,79
En cuanto a distorsiones operativas	6,01	6,41	5,96	6,40	5,58	5,07

Fuente: IBR Grant Thornton

CAPÍTULO 4

BENEFICIOS DEL COMPLIANCE

Hacia un cumplimiento de alto rendimiento

Motivos para adoptar un programa de Compliance

La primera ventaja de una adecuada política de compliance es la que permite afrontar serias ineficiencias en las empresas. Pablo Darna, Senior Legal Counsel en Danaher Co. recuerda que “las prácticas corruptas y otras conductas non-compliance en la empresa, ocultan importantes ineficiencias de negocio. Por ejemplo, el soborno disfraza ineficiencias del área comercial o deficiencias de calidad del producto”.

Las empresas encuestadas que afirman disponer de programas de compliance, adoptaron estas medidas debido principalmente a una motivación ética (el 80% de los casos), por temor a demandas o sanciones (59%), exigencias de su matriz (49%), o exigencias de proveedores o cliente (46%).

Que la competencia tuviera este tipo de programas o por diferenciarse no fueron razones primordiales para su adopción.

“La función del compliance nace en nuestra compañía por una exigencia normativa en el sector asegurador para transformarse en un compromiso ético”.

Ruth Perez
Serunion

Motivos para adoptar un programa de compliance (entre los que lo tienen)

Datos en porcentaje, se pueden seleccionar varias respuestas por lo que los datos pueden sumas más de 100%.



Fuente: IBR Grant Thornton



Las organizaciones que manifiestan no disponer un programa de Compliance, de adoptarlo lo harían principalmente por motivación ética (63%), exigencia de clientes o proveedores (59%), temor a posibles demandas (50%) y por diferenciarse de la competencia o exigencia de headquarters (45,3%). Que sus competidores tengan este tipo de programas no resultaría una razón de peso para adoptar políticas de Compliance.

Motivos para adoptar un programa de compliance (entre los que no lo tienen)

Datos en porcentaje, se pueden seleccionar varias respuestas por lo que los datos pueden sumas más de 100%.



Fuente: IBR Grant Thornton

Ventajas de tener un programa de prevención de delitos.

Las principales ventajas de tener un programa de prevención de delitos son evitar sanciones económica (22%), evitar daños reputacionales y de imagen (15%) e implantar una cultura ética y de integridad (10%). Por debajo de estas variables se sitúan la mejora del servicio al cliente, la credibilidad en el mercado y la responsabilidad con la sociedad.

Ventajas de tener un programa de prevención de delitos

Datos en porcentaje, se pueden seleccionar varias respuestas por lo que los datos pueden sumar más de 100%.



Fuente: IBR Grant Thornton

CAPÍTULO 5

NIVEL DE COMPLIANCE EN ESPAÑA

Así lo están implantando nuestras empresas

Nivel de madurez del compliance en la empresa española

La implementación de un sistema de compliance requiere, entre otras, de distintas medidas de alto nivel, entre las que se encuentran la existencia de:

- Un órgano de supervisión y control.
- Una política de compliance penal.
- Un Código Ético.
- Un canal de denuncias.
- Recursos económicos para la función de cumplimiento.

El 75% de los directivos encuestados manifiesta que su sistema de gestión de compliance cuenta con un órgano encargado de cumplimiento normativo.

En un tercio de las empresas que afirman disponer de responsable u órgano de cumplimiento normativo, ésta función es independiente a otras áreas. En el 23% de las compañías analizadas se encuentra dentro del órgano de administración y en el 15% se sitúa en el área Legal.

Según Pablo Darna, de Dahaner Co. , “aunque se trata de funciones distintas, legal y compliance deben caminar de la mano, y es aconsejable agrupar tareas de ambas funciones en una misma área”.

“En materia de compliance hay que ser proactivo, no es una función reactiva. Si hay reacción significa que llegamos tarde”.

Carlos Balmisa
Control interno de la CNMC

Área en que sitúa la persona u órgano responsable de cumplimiento legal



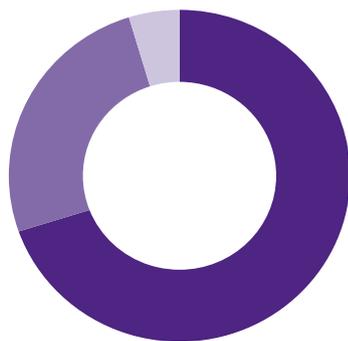
Fuente: IBR Grant Thornton



El **70,2%** de las empresas manifiestan que su sistema general de cumplimiento cuenta con un código de conducta o código ético, mientras el 25% de las compañías afirman no tenerlo todavía. Sin embargo, caen al 53,6% las empresas que dicen disponer de un documento formal que recoja la estrategia y política de compliance. E incluso es mucho menor (42,4%) el número de empresas que afirman que su sistema dispone de un documento específico sobre la política anticorrupción.

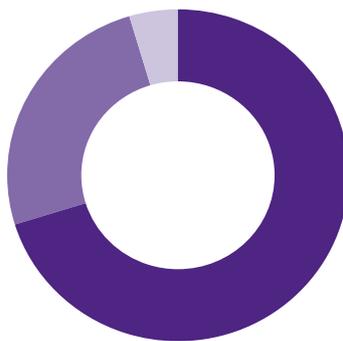
En todo caso, “disponer de esta documentación por sí solo no es suficiente para desplegar una adecuada política de compliance”, según recuerda Ignacio Ripol, director de esta área en Grant Thornton. Así, la mayor parte de las compañías que cuentan con documentos de este tipo reconocen que éstos son bien conocidos por sus directivos u órganos de administración, pero no lo son tanto por la plantilla y mucho menos por los colaboradores, clientes y proveedores.

Disponen de un documento con el código de conducta o código ético



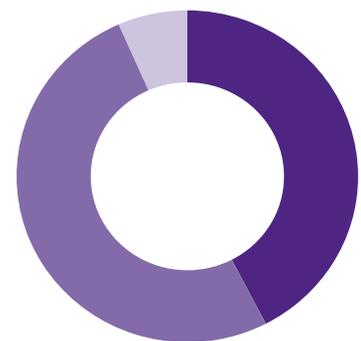
- Sí **70,2%**
- No **25,2%**
- No sabe **4,6%**

Disponen de un documento específico sobre la política anticorrupción



- Sí **42,4%**
- No **51%**
- No sabe **6,6%**

Disponen de un documento global sobre la política de compliance



- Sí **53,6%**
- No **42,2%**
- No sabe **4%**

Fuente: IBR Grant Thornton

Por todo ello, disponer de un canal ético o de denuncias es importante, pero no suficiente, dado que no siempre es reconocible la política ética de la compañía.

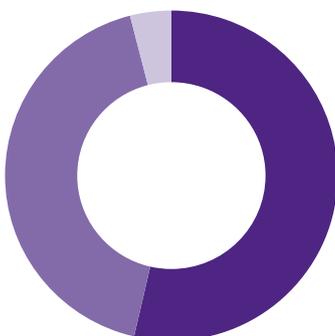
Como recuerda Pablo Darna, de Beckman Coulter, “no podemos llevarnos al engaño de que la falta de uso del canal de denuncias es una buena noticia. En general, las empresas reciben menos interacción de la quisiéramos en los canales de comunicación en materia ética y compliance”.

Al fin y al cabo, lo que marca el grado de madurez en materia de compliance son los recursos que se destinan para desarrollarlo. Y es que, siguiendo los datos de la investigación desarrollada por Grant Thornton, solo una de cada cuatro empresas tiene un presupuesto destinado a temas de ética y compliance. Cuando se dispone de ella, en seis de cada diez casos el presupuesto de Compliance no supera los 10.000 euros.

“Un indicador clave para analizar el verdadero compromiso de la organización con la estrategia de compliance, son los recursos económicos puestos a disposición de la misma”.

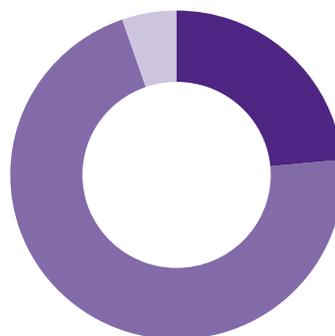
Santiago Martorell
Asociado Senior en Grant Thornton

Disponen de un canal de denuncias o canal ético



- Sí **45,7%**
- No **53%**
- No sabe **1,3%**

¿Disponen de un presupuesto específico para cuestiones de ética y compliance?



- Sí **23,8%**
- No **70,9%**
- No sabe **5,3%**

¿Disponen de un presupuesto específico para cuestiones de ética y compliance?

Datos en porcentaje

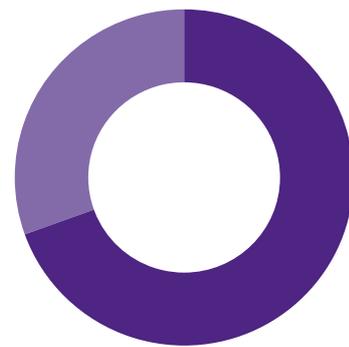


Fuente: IBR Grant Thornton

La evaluación del sistema y análisis de riesgos.

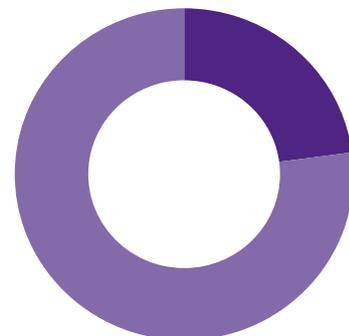
Tan importante como desplegar un sistema avanzado de Compliance es analizar periódicamente su funcionamiento y verificar si presenta riesgos. En este sentido, casi el 70% de las empresas analizadas en el presente estudio afirman realizar valoraciones de riesgo periódicas. Pero de las que afirman haberlo hecho, en su última revisión identificaron algún tipo de riesgo penal. Estas empresas, por tanto, están en condiciones de anticipar mejor los problemas y lograr el enfoque preventivo adecuado, lo que supone una de las claves en las estrategias de compliance de éxito.

Realizan valoraciones de riesgo periódicas



● Sí **69,5%**
● No **30,5%**

En la última evaluación ¿se identificó algún tipo de riesgo de carácter legal?



● Sí **22,9%**
● No **77,1%**

Fuente: IBR Grant Thornton



Entre las empresas que tienen un programa de compliance, la mitad revisa su modelo de prevención de delitos al menos anualmente. Un notable 40% no tiene una periodicidad fijada para revisar el modelo de prevención de delitos.

En cuanto a la formación a empleados en temas de ética, integridad y Compliance una de cada cuatro empresas no ha proporcionado esta formación nunca. La mayoría (40%) la proporciona ocasionalmente, y el 30% anualmente.

Frecuencia de revisión del modelo de prevención de delitos



¿Se imparte formación a empleados en materia de ética, integridad o cumplimiento normativo?



Fuente: IBR Grant Thornton

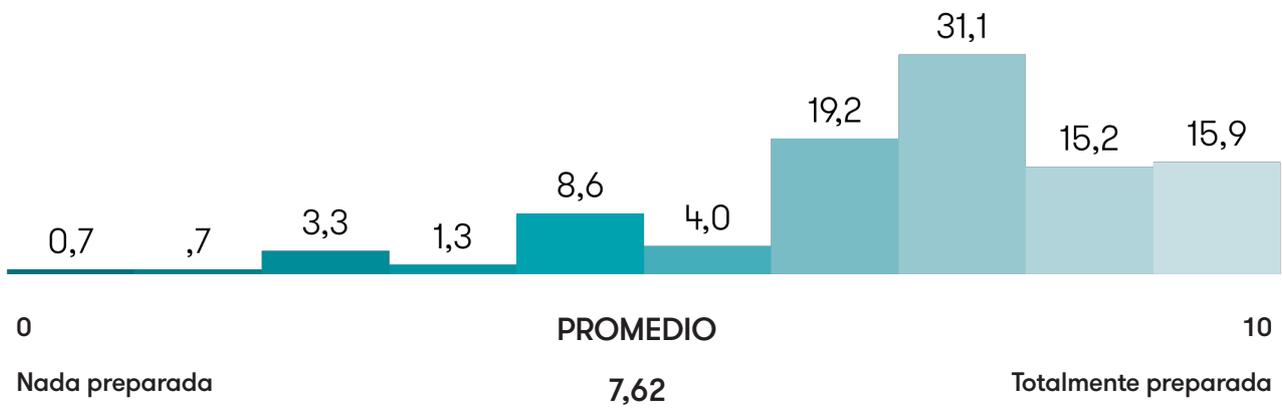


A la hora de poner una nota a la preparación de la empresa para prevenir que el personal cometa delitos, de media las empresas españolas obtienen una puntuación notable, 7,6 puntos sobre 10, donde el 50% de los entrevistados ha otorgado un 7 o un 8 a la empresa a este respecto.

Un relevante 31% declara que su organización está muy preparada para prevenir delitos, otorgándole un 9 o un 10 en nivel de preparación.

Nivel de preparación para prevenir delitos por parte del personal

Datos en porcentaje



Fuente: IBR Grant Thornton

Contacto y metodología

Contacto



Joan Saula

Socio de Legal
de Grant Thornton

T +34 93 206 39 00

E Joan.Saula@es.gt.com



Ignacio Ripol

Director de Legal
de Grant Thornton

T +34 93 206 39 00

E Ignacio.Ripol@es.gt.com

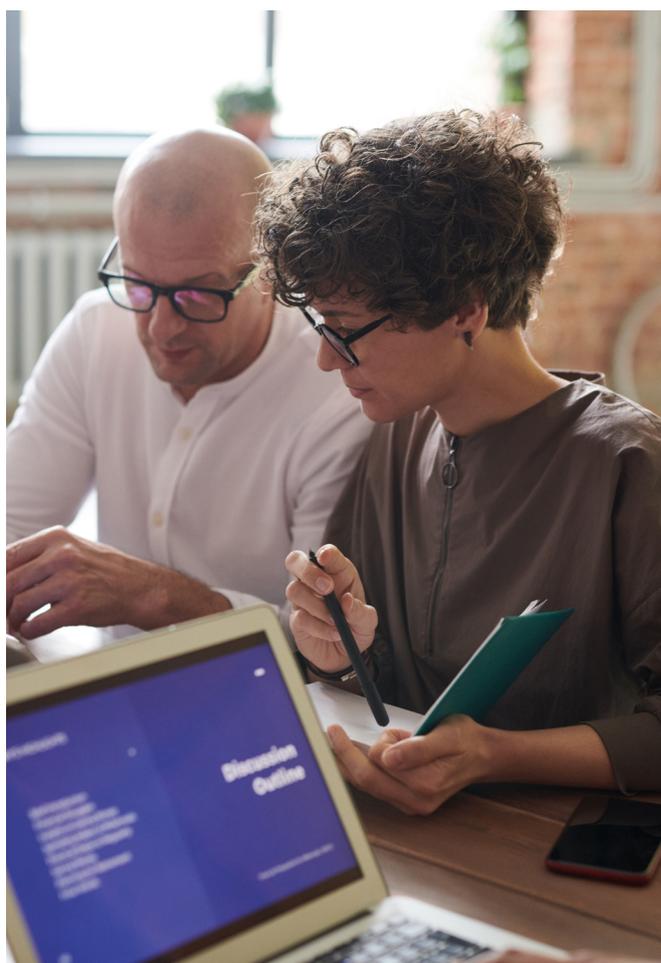


Santiago Martorell

Asociado Senior de Legal
de Grant Thornton

T +34 93 206 39 00

E Santiago.Martorell@es.gt.com



Metodología

Este informe ha sido realizado sobre la base de 400 encuestas realizadas a altos directivos de empresas privadas con sede en España. El trabajo de campo fue realizado durante los meses de mayo y junio de 2019, y proporcionan unos resultados con un error máximo del 8%. El trabajo de campo fue realizado por Adimen Investigación, la empresa especializada en estudios de mercado, bajo la dirección técnica del departamento de Compliance y la coordinación del departamento de Comunicación y Marketing de Grant Thornton.

