

Dilema 28

Autores responsables:

María Paulina Zunino
Leonardo Torres
Beatriz Lemus
Catalina Delgado

Caso real. Presentado con fines académicos.



Parmalat

Cuando el fraude sale a la luz.

La empresa e imperio de alimentación italiana llamada Parmalat llegó a su apogeo en el año 2000, gracias a las gestiones realizadas por su fundador Calisto Tanzi y a las subvenciones otorgadas por la Unión Europea. En aquel entonces, era considerada una de las empresas más atractivas para invertir dentro del mundo bursátil. Sin embargo, tres años después, Tanzi debió revertir una serie de bonos emitidos por el Gerente de Finanzas, dejando al descubierto un déficit de 16.000 millones de euros en la empresa. Con ello, se perdió la confianza en la transparencia y la corrección de las cuentas. Más tarde se supo que además, la compañía había escondido sistemáticamente sus pérdidas en una red de cuentas bancarias en el Caribe y Sudamérica, utilizando como principales mecanismos el control de la correspondencia de los auditores y la falsificación de documentos. Esta manipulación de la situación financiera de la empresa se desarrolló por más de 15 años. Para la concreción de un fraude de estas características, se utilizaron sofisticados mecanismos financieros que permitieron malversar fondos de la compañía y destinarlos a las cuentas de la familia Tanzi. Entre ellos destaca el uso intensivo de derivados y sociedades fantasma para falsear la contabilidad, y complejas estructuras que en términos formales cumplían con la regulación del mercado. En todo este proceso, además de los dueños de la empresa, intervinieron otros administradores de Parmalat, bufetes de abogados, bancos de inversión, expertos contables y financieros.

Parmalat es una empresa fundada en la década de los 60 por Calisto Tanzi, en Collecchio, Italia. En sus primeros años, la compañía operaba de forma artesanal, produciendo salamis y conservas de tomate para pasta; sin embargo, poco tiempo después, centró su negocio en

la comercialización de leche pasteurizada. Es así como en 1963, Tanzi funda Diatalat, una entidad comercializadora de lácteos, que más tarde recibe el nombre de Parmalat (Gómez-Álvarez & González, s/f.).

Desde sus inicios Parmalat buscó comercializar productos de alto desarrollo para satisfacer las exigencias de los consumidores en todo el mundo¹. Producto de la tecnología incorporada y del modo de distribuir sus productos -puerta a puerta-, para el año 1973 era considerado líder de la industria de lácteos en Italia. El año siguiente la empresa decide internacionalizarse y extender sus filiales a América Latina, llegando con el paso del tiempo, a abarcar un total de treinta países, en este y otros continentes (Arroyo, Artucha, & Arroyo, 2004). Respecto a las características de su producción, cabe señalar que si bien amplió la oferta de artículos, el producto central siempre fue la leche. Además de su orientación a la calidad, ha declarado como uno de sus objetivos, el bienestar de los consumidores y la creación de valor considerando principios éticos de conducta en los negocios² (BBC Mundo, 2018).

Para 1990, Parmalat se había registrado en la Bolsa de Valores de Milán, ocupando el primer puesto mundial en el mercado de leche de larga duración. Como era de esperarse, las acciones de la empresa se convirtieron en uno de los valores seguros en esta bolsa de valores (Flores, Kuang, & Midolo, 2012). El crecimiento de Parmalat fue tan exponencial, que en 2002 contaba con ingresos que sobrepasaban los 7.600 millones de euros y una clasificación crediticia positiva, que llevaba a los inversionistas a tener confianza en la estabilidad de Parmalat para la inversión en acciones (Flores, Kuang, & Midolo, 2012).

Esta fama de buena liquidez se pone en tela de juicio en el mes de febrero de 2003, a partir de la emisión de una serie de bonos, por parte de Fausto Tonna -gerente financiero de Parmalat- que ascendían a 500 millones de euros (Fraudes Financieros, 2012). Ante esto, la Comisión de Valores Italiana (CONSOB) comenzó a preguntarse por las razones de que una empresa con una liquidez de 4.000 millones de euros en sus cuentas, emitiera instrumentos de deuda. En función de lo anterior, hizo 60 requerimientos solicitando información financiera de la empresa (Cano & Castro, 2004).

CONSOB no fue el único es sospechar sobre las gestiones de Parmalat. Deloitte & Touche, una de las firmas auditoras de la empresa, se negó a aprobar el estado de cuentas del primer semestre de 2003, expresando serias dudas sobre la transparencia y la corrección de las

cuentas de su cliente (Flores, Kuang, & Midolo, 2012). Sin embargo, llama la atención que nunca antes haya manifestado sospechas, considerando que desde el año 1999 era la principal auditora de Parmalat (Arroyo, Artucha, & Arroyo, 2004). Deloitte desmiente su participación como cómplice del fraude y también haber actuado de forma negligente al respecto, argumentando que siempre cumplieron estrictamente las estipulaciones de la ley italiana.

En este adverso escenario, la dirección de Parmalat anuncia la existencia de una reserva por 3.950 millones de euros depositados en una agencia de Bank of América en las Islas Caimán, específicamente en la filial Bonlat. Con el fin de acreditar lo anterior, presenta un documento verificado por el banco estadounidense que atestigua la realidad de los títulos y liquidez por la suma indicada (Ramonet, 2004). Con ese anuncio, la empresa esperaba recuperar la confianza de sus inversionistas, acreedores y organismos reguladores, retomando el alza de las acciones y con ello, prosperar en el negocio. Sin embargo, el 19 de diciembre de 2003, Bank of América declaró que dicha cuenta bancaria, que Parmalat había indicado que tenía en la institución, con un monto de 3.900 millones de dólares, no existía (Cinco, 2004). Efectivamente, dicho documento se mandó a falsificar bajo las ordenes de Fausto Tonna (Flores, Kuang, & Midolo, 2012), con la ayuda de uno de los contadores del grupo. Bank of América interpuso una demanda contra la firma italiana en los tribunales de Milán por falsificación en escrito privado. Con ello, los fiscales milaneses pudieron interrogar a los supuestos autores, donde uno de los contadores confesó que había utilizado un escáner para copiar el logotipo de Bank of América (Cano & Castro, 2004).

Transcurrida la declaración de Bank of América, la empresa tuvo que reconocer que no podía garantizar la liquidez de las inversiones en Islas Caimán, lo que trajo como consecuencia el despido de Fausto Tonna, quien durante años fue el principal creador de la trama ilegal por orden de Calisto Tanzi. Este último, negó tal acusación y también haber dado la orden de destruir la contabilidad y los computadores utilizados para falsificar documentos (Fraudes Financieros, 2012). Las declaraciones del ex gerente de finanzas permitieron poner al descubierto las maniobras ilícitas hechas durante quince años, permitiendo atribuir los delitos de falsedad

1 Anexo 1: Valores de Parmalat.

2 Anexo 2: Misión de Parmalat.

contable, especulación abusiva y estafa. Finalmente, Calisto Tanzi admitió haber desviado fondos de Parmalat hacia empresas de sus hijos, y también haber inventado más de 7.000 millones de euros en falsos certificados de depósitos o de recompra de bonos (Cano & Castro, 2004).

Más tarde se supo que la compañía había escondido sistemáticamente sus pérdidas en una red de cuentas bancarias en el Caribe y Sudamérica (BBC Mundo, 2018). Como era de esperarse, las acciones de Parmalat se desplomaron y más de 115.000 inversores y pequeños ahorradores se vieron estafados y algunos hasta arruinados. A raíz de las investigaciones realizadas, se comprobó que Parmalat tenía deudas por una suma superior a los 11 mil millones de euros, que durante quince años se intentaron disimular a través de un sistema fraudulento basado en malversaciones contables, falsos balances, documentos trucados, beneficios ficticios y pirámides complejas de sociedades off shore, ensambladas unas con otras, de modo que el rastreo de dinero y el análisis de las cuentas se volviera imposible (Ramonet, 2004).

El fraude se cometió por medio del control de la correspondencia de los auditores, recibos bancarios falsificados con un escáner y una fotocopidora, además de cambios de domicilio social para no tener que cambiar de auditor -como exige la ley italiana-, con lo cual era más sencillo engañar al auditor tradicional que no desconfiaba de una documentación uniforme e históricamente falsa (El Fraude Financiero, 2012). Sin embargo, Fausto Tonna reveló que no trabajaron solos: se establecieron sobornos y todo un entramado financiero con respaldo de varios bancos para falsear las cuentas de la compañía. Se confeccionaron, con el aval de varias entidades financieras -entre las que se encuentran Bank of America, Citigroup, JP Morgan Chase y Morgan Stanley- más de una docena de emisiones de bonos y se aconsejaron numerosas adquisiciones.

Además, Calisto Tanzi contó con la participación de actores individuales, tales como el ya mencionado Fausto Tonna -como el cerebro de la operación-, Giovanni Bonici -antiguo presidente de la filial en Venezuela-, Luciano del Soldado -antiguo jefe de auditoría y ex director financiero-, Gianfranco Bocchi y Claudio Pessina -auditores internos-, Mauricio Bianchi -asesor para ocultar las pérdidas- y finalmente, Gianpaolo Zini -abogado de Tanzi-. Todos estos implicados llevaron a cabo falsificación de cuentas, desviación de fondos a paraísos fiscales, falsificación

de documentos, etc. Sin embargo, ninguna de estas acciones pudo mantenerse por mucho tiempo, dado la insostenible situación económica que poseía la empresa.

Finalmente, Parmalat se declaró en bancarota y con ello, muchos inversionistas y proveedores -en su mayoría ganaderos- perdieron su dinero. La compañía sobrevivió gracias a la intervención del Estado italiano, el cual bajo la presidencia de Silvio Berlusconi, inyectó capital a la compañía con autorización de la Unión Europea. Esto, con el fin de "...salvaguardar la empresa, la parte industrial y los puestos de trabajo, así como para restablecer la confianza y la reputación del país" (País, 2003). Producto de lo anterior, el año 2005, Parmalat volvió a cotizar en la Bolsa de Valores de Milán (BBC Mundo, 2018).

El caso de Parmalat no sólo creó un clima de desconfianza en el mundo de los negocios, sino que también generó pérdidas monumentales para los principales proveedores de materia prima, quienes buscaron formas de indemnización por las grandes pérdidas sufridas. Asimismo, se dejó sin empleo a miles de trabajadores que no tenían ningún tipo de vinculación con el fraude ocasionado (Flores, Kuang, & Midolo, 2012).

Luego de leer el caso y en su opinión: ¿Quiénes fueron los principales involucrados en este fraude?

¿De qué otra manera se podría haber tratado este problema en Parmalat?

Si usted estuviera en el lugar de Calisto Tanzi, ¿Qué decisión hubiese tomado?

¿Considera usted que existían otras posibles soluciones?

¿Cómo cree usted se podría prevenir la materialización del riesgo de fraude que se muestra en este caso?

¿Cree usted que si no se hubiese descubierto este fraude la empresa podría haberse mantenido en el tiempo?

¿Cómo podría haberlo hecho?

Anexos

Anexo 1: Valores de Parmalat

El grupo Parmalat siempre se ha destacado en el mercado por su orientación a la innovación en sus procesos de producción y comercialización de leche y productos de alimentación. Asimismo, su preocupación por la calidad se sustenta en los siguientes valores:

1- Calidad: Se persigue en cada frase de la cadena de producción, a través de una organización eficiente de todas las operaciones, la selección de las mejores materias primas, el respeto de sus características originarias y de sus valores nutritivos, y la minimización del impacto en el medio ambiente.

2- Innovación: La innovación caracteriza la creación de todos los nuevos productos de Parmalat. Se trata de una búsqueda constante de los gustos y necesidades del consumidor, y ello a través de un análisis sistemático del mercado y una constante introducción de mejoras en sus métodos y tecnologías.

3- Comunicación: Consiste en dar a conocer al público, tanto local como globalmente, el valor añadido en cada producto. Se basa en la publicidad y las relaciones públicas.

4- Marca: Se busca que la marca refleje la primera y más visible garantía de calidad. La globalización ha llevado al grupo hacia la diversificación y la adquisición de nuevos centros de producción.

5- Personas: Las personas que trabajan en Parmalat son la garantía de que los valores y misión de la compañía son llevados a la realidad. Por ello se concede gran importancia a la selección y entrenamiento del personal.

Fuente: Arroyo, Artucha, & Arroyo, 2004.

Anexo 2: Misión de Parmalat

Parmalat es un Grupo italiano de alimentación con una estrategia multinacional que busca incrementar el bienestar de los consumidores en todo el mundo. El fin primordial del Grupo es crear valor para todos los accionistas ateniéndose a principios éticos de conducta en los negocios, realizar una función de utilidad social mediante el fomento del desarrollo profesional de sus colaboradores, y servir a las comunidades en las que opera contribuyendo a su progreso social y económico.

La leche, los productos lácteos y las bebidas basadas en fruta, alimentos que juegan un papel esencial en la dieta diaria de todos, serán las categorías claves para el Grupo.

Fuente: Parmalat, 2016.

Referencias

- Arroyo, M., Artucha, I., & Arroyo, A. (2004). El fraude contable Parmalat.
Obtenido de <https://revistas.upcomillas.es/index.php/revistaicade/article/download/6467/6278>
- BBC Mundo. (7 de junio de 2018). Corrupción: caso emblemáticos. Parmalat.
Obtenido de http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/1555_corrupcion/page6.shtml
- Cano, M., & Castro, R. (14 de febrero de 2004). Análisis del caso Parmalat.
Obtenido de InterAmerican Community Affairs: <http://interamerican-usa.com/articulos/Gob-Corp-Adm/Art-Parmalat.htm>
- Cinco, D. (22 de enero de 2004). Empresas, cronología, Cinco Días.
Obtenido de Cinco Días: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/12/29/empresas/1072868336_850215.html
- El Fraude Financiero. (22 de julio de 2012). El caso Parmalat.
Obtenido de Fraudes Financieros: <http://elfraudefinanciero.blogspot.cl/2012/07/el-caso-de-parmalat.html>
- Flores, D., Kuang, M., & Midolo, S. (19 de enero de 2012). El colapso de Parmalat.
Obtenido de Ética para los negocios: <http://eticapalosnegocios.blogspot.com/2012/02/4-temas-que-explican-el-colapso-de.html>
- Fraudes Financieros. (22 de julio de 2012). El caso Parmalat, Fraudes Financieros.
Obtenido de Fraudes Financieros: <http://elfraudefinanciero.blogspot.cl/2012/07/el-caso-de-parmalat.html>
- Gómez-Álvarez, D., & González, V. (s/f.). La leche es blanca pero no transparente. Parmalat, breve recuento de un gran fraude.
Recuperado el 20 de junio de 2018, de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2456/5.pdf>
- País, E. (21 de diciembre de 2003). Economía, El País.
Obtenido de El País: https://elpais.com/diario/2003/12/21/economia/1071961203_850215.html
- Parmalat. (2016). Página Oficial Parmalat.
Recuperado el 25 de junio de 2018, de <http://www.parmalat.com.co/historia-parmalat/>