

Opinión

Verificando la información no financiera

El debate sobre la obligación de las empresas de divulgar datos que tienen que ver con la lucha contra la corrupción

Antonio Arias Rodríguez | Economista Y Funcionario | 09.02.2020 | 10:07

La semana pasada participé en una interesante jornada organizada por el Club Asturiano de Calidad. Se titulaba "Un año de la Ley de información no financiera: lecciones aprendidas". Se presentó a cuarenta profesionales del sector la experiencia de algunas empresas que han publicado sus memorias de acuerdo con las previsiones de la reciente Ley 11/2018. También pudimos conocer la valoración de los auditores.

La citada Ley introdujo la obligación de elaborar y divulgar anualmente los Estados de Información no Financiera para aquellas sociedades que superen los 500 empleados, así como una cifra de negocio de 40 millones de euros o activos por encima de 20 millones de euros. Además, un "verificador independiente" deberá validarlas. Entre otras cuestiones, se exige a esas empresas que faciliten información sobre aspectos medioambientales, sociales y relativas al personal, de respeto de los derechos humanos, así como sobre la lucha contra la corrupción y el soborno.

Los participantes mencionaron entre las dificultades solventadas la designación del responsable interno de su confección. No siempre se atribuye al departamento de contabilidad. Es más: casi nunca lo asumen. En algunos casos, se atribuyó esa tarea a las áreas de relaciones institucionales o de marketing, por su trascendencia en la imagen corporativa- o incluso a los servicios de recursos humanos, por la gran cantidad de datos aportados sobre la plantilla. En este sentido, el último consejo que nos dejaron los experimentados verificadores Paula Nieto y Pablo Rodríguez, del grupo PPS: "Elabora un borrador y presentarlo a los diversos responsables para su aprobación. Esto evitará sorpresas con otra documentación oficial de la empresa".

En la mesa que moderé, representantes de cuatro grandes empresas representativas de la economía asturiana, como Liberbank, IMASA, SUAVAL o "masyms supermercados", aportaron generosamente a sus colegas su propia experiencia ¿Quién dijo que el mercado es la jungla? Indicaron la dificultad de reunir esa información cuantitativa (no en euros, sino en kilómetros o edades) y coordinar su contenido con las diversas partes de la organización donde se gestiona su contenido. Se apuntó la brecha salarial, las políticas anticorrupción y antisoborno, tan importantes para exportadores estas últimas. Incluso el buzón de denuncias, que es objeto de un pronunciamiento especial en muchas memorias, incluyendo los datos relativos a uso. Me detengo en dos pinceladas de interés para los lectores.

En el caso del estado sobre información no financiera 2018 de Liberbank encontramos -página 26- la referencia al Canal de Denuncias de la entidad, cuyo funcionamiento está regulado en un procedimiento específico, es confidencial y "admite comunicaciones anónimas, siendo objeto de auditoría externa con carácter anual".

Otro de los variados ejemplos aportados lo proporcionó la corporación SUAVAL, con su propio Canal de Denuncias Seguro, accesible en la página web de la compañía dentro de una ejemplar política de cumplimiento, de prevención del soborno y de otros delitos, efectiva en todas las sedes, donde se evalúan periódicamente los riesgos penales y de soborno a los que están expuestas sus actividades y "estableciendo planes de control de los riesgos evaluados por encima de "bajo riesgo" con el claro objetivo de prevenir y reducir su probabilidad de ocurrencia, así como para establecer mecanismos de seguimiento y control".

En definitiva, como resaltó el gerente del Club de Calidad, Marino Zapatero, la rendición de cuentas a la sociedad ha entrado en un interesante cido, cuya exigencia se hace extensiva el próximo año a las empresas de más de 250 empleados, permitiendo conocer sus aportaciones a la mejora social, económica y ambiental, así como garantizar el papel de los líderes empresariales en la lucha contra la corrupción.



Más información

- Avanza la contratación de las primeras acciones del proyecto de turismo idiomático de Avilés.
- Las emprendedoras de Siero se forman.
- Siero forma en marketing digital a las emprendedoras.

Temas relacionados:

Delincuencia Finanzas Marketing Mesa

Contenido para ti



LA NUEVA ESPAÑA invita a sus lectores a una visita guiada al mundo zen de Kely en el Bellas Artes

09.02.2020



REXO David Carragal murió por el golpe contra el suelo, concluyen los forenses

08.02.2020



REXO Nos falta capacidad para vender una marca cultural. Asturias, para proyectar lo nuestro

09.02.2020



REXO El reparto de los fondos de transición no está cerrado; trabajamos para cambiarlo

09.02.2020



REXO Cultura elimina trabas para realizar obras en el entorno del Camino de Santiago

09.02.2020



REXO Los barrios aplauden la idea para coser la brecha de la "Y". Es hora de hacer algo

09.02.2020