



Palanca #6

El beneficio no es solo dinero

Actualmente existe alguna regulación que obliga a las grandes empresas a publicar información sobre el resultado de sus decisiones, no sólo a nivel económico (Cuentas Anuales), sino también sobre algunos aspectos que inciden en aspectos sociales como la política de diversidad, la huella medioambiental de su actividad, sus políticas salariales, de prevención de la corrupción, etc. Ejemplos de estas obligaciones son la Real Decreto-ley 18/2017, sobre Información no financiera; la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia; la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Sin embargo, estas medidas no son totalmente efectivas y por ello se propone su refuerzo a través de esta iniciativa:

- Estableciendo sanciones estrictas para aquellas empresas que incumplan ese tipo de normativa (incluyendo medidas sancionadoras para el incumplimiento de la Ley de Transparencia, que hoy no existe, estableciendo prohibición de contratar con las AAPP a las empresas que incumplan la Ley de Transparencia o la Ley de Información no financiera). Estas medidas sancionadoras deberán poder ser activadas, no sólo de oficio por las AAPP, sino también por la denuncia de asociaciones o agentes sociales.
- Ampliando el ámbito de aplicación de dichas regulaciones en las empresas cotizadas o de más de 500 trabajadores para incluir obligación de las empresas de reportar sobre la dispersión salarial, la brecha salarial de género, los impuestos que pagan en cada jurisdicción, los mecanismos de participación de los trabajadores (canales internos de consulta y participación) y de los *stakeholders* (mecanismos de reputación digital).

Con estas medidas se elevará el grado de rendición de cuentas de las decisiones con impacto social de las empresas, habilitando y empoderando la actuación de los *stakeholders* que, cada vez más, demandan un comportamiento ético, inclusivo y sostenible por parte de las empresas como agentes sociales.

Hasta ahora la regulación se ha orientado por establecer frenos a decisiones dañinas para la sociedad por parte de las empresas, pero únicamente en el ámbito financiero (se ha regulado cómo deben llevar la contabilidad, cómo deben presentar las Cuentas Anuales, cómo deben responder a los accionistas...). Sin embargo, actualmente los ciudadanos exigimos que las empresas, además de ser correctas financieramente, tengan un comportamiento ético (freno a la corrupción, evasión fiscal, etc.), inclusivo (diversidad en los Consejos de Administración y puestos directivos) o sostenible



(impacto medioambiental). Disponer de información actualizada y comparable de las empresas nos habilita como consumidores a premiar a las empresas de mejor comportamiento, como creadores de opinión colaborando en la creación de la reputación digital de las empresas, como inversores potenciando la financiación de las empresas comprometidas con el desarrollo social, etcétera.

Una vez aprobadas las modificaciones de las Leyes señaladas, serán las propias empresas las que proporcionarán la información relevante. Sobre esos datos, disponibles para todo el público, también se generarán por los agentes del tercer sector, medios de comunicación, academia... trabajos de análisis y comparativas que contribuirán a difundir esta información y las conclusiones de su análisis, lo que será un incentivo para las empresas a la hora de mantener y realimentar ese esfuerzo por mejorar su dimensión ética.

El cumplimiento de las obligaciones legales de publicación de información, así como la mera publicación de esa información en páginas web de manera comparable (en formatos open data) generará por sí mismo material suficientemente atractivo para que los agentes sociales, medios de comunicación, academia y público en general trabajen en su análisis.

En cuanto a potenciales beneficios de esta idea, la mera exposición de la información sobre las consecuencias en dimensiones no financieras de las decisiones empresariales (promoción de mujeres en puestos directivos, reducción de huella medioambiental, etc.) generará en las empresas un claro incentivo a mejorar sus políticas internas en esos temas con el objetivo de ofrecer una imagen positiva de cara a sus *stakeholders*, principalmente clientes e inversores. El hecho de que las grandes empresas, líderes en sus sectores, entren en esta dinámica también arrastrará a esta dinámica a las Pymes que compitan con ellas en diferentes segmentos.

La obligatoriedad (de manera efectiva, con consecuencias negativas en caso de incumplimiento) de la transparencia en cuanto a la política de diversidad en puestos directivos o la no discriminación en la política retributiva de las empresas generará un claro incentivo para que las empresas tengan un comportamiento inclusivo, no discriminatorio en cuestiones de género.

En los procesos de generación de reputación digital es necesario establecer garantías para evitar la manipulación de los mecanismos de forma que se generen sesgos indebidos que distorsionen la reputación de alguna empresa.

La disponibilidad de información en una sociedad digitalizada es de acceso gratuito. Si la regulación obliga a que esa información esté disponible y de manera periódica y comparable (para que sea comprensible para los ciudadanos), todos los ciudadanos podrán acceder de manera inmediata a la información necesaria para generar sus propias opiniones y actuar de forma



autónoma, premiando aquellas empresas más acordes con sus valores éticos y morales.