



Cuenta atrás para implantar un canal de denuncias en las empresas

La futura ley nacional que lo regulará llega a finales de año

El 17 de diciembre de 2021 es la fecha límite para que España transponga la Directiva de la Unión Europea 2019/1937, sobre protección del denunciante. La conocida como la directiva whistleblowing regula los canales de denuncias obligatorios para empresas privadas de más de 50 empleados y para todas las organizaciones del sector público. La norma europea, además de imponer la obligación de instalación de estos buzones de denuncias, dispone que sólo sea posible la protección de los denunciantes si se realiza el trámite dentro de esta herramienta.

En España ya existe un anteproyecto de Ley nacional en el que se está trabajando, y que como adelantó hace unas semanas en el Compliance Forum el catedrático José Luis Piñar, que participa en su elaboración, el texto definitivo optará por una transposición no restrictiva de la directiva. “Se tendrán en cuenta los tres ámbitos que la directiva prevé, el canal interno, el canal externo y la revelación pública”, anunció.

Ante la cercana obligatoriedad de esta herramienta, muchas compañías ya están implementando estos canales de denuncia y sus procesos internos, y también muchos despachos de abogados están incluyéndolos dentro de los servicios de compliance que prestan a sus clientes.

Miedo a represalias

El principal obstáculo del que parten muchas empresas a la hora de instalar un canal de denuncias es la falta de concienciación sobre su utilidad, que como define Silvia Steiner, socia de Osborne Clarke, no es otra que “prevenir incumplimientos normativos y corregir los ya detectados”.

Los canales de denuncia son además un indicador decisivo de la cultura ética y de cumplimiento de la compañía, según explica Diego Pol, Socio de Compliance de Dentons, que añade que, gracias a ellos “se puede evitar que los alertadores acudan a las autoridades o a los medios de comunicación permitiendo optimizar recursos reduciendo los costes operativos previniendo y exponiendo irregularidades”. Algo en lo que coincide Carlos Alberto Saiz, socio de Ecix Group, que reconoce que es mejor conocer y detectar unos hechos desde dentro y poder actuar, antes que tener un problema legal importante y enterarse directamente por los tribunales, la fiscalía o las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad. Por ello, Saiz insiste en que hay que fomentar su uso dando a conocer los derechos y la protección que hay que otorgar a los denunciantes.

Y es que como señala Pol, “en España todavía existe en ciertos ambientes la percepción errónea de que el que alerta de una irregularidad es un ‘chivato’, en lugar de ser visto como alguien que colabora en la protección de la empresa”.

Para invertir esta situación y acabar con esta reticencia, Steiner considera que la mejor manera es la continua y periódica formación del equipo directivo y resto de empleados, acompañada de mensajes claros y rotundos de la dirección de la empresa sobre su importancia y su objetivo final. Por su parte, Pol también hace hincapié en que el miedo a represalias se reducirá a medida que madure la cultura ética corporativa.

Otro incentivo para que las empresas instauren sus canales de denuncias es que, previsiblemente, la futura ley nacional de protección del denunciante incluirá sanciones para castigar a aquéllas que no los implementen o lo hagan con deficiencias. Sanciones que podrían llegar hasta los 60.000 euros de multa, si se toma como referencia lo establecido en la normativa aplicable en materia de blanqueo de capitales cuando no se habilitan los cauces para informar sobre posibles incumplimientos.

Confidencialidad

El diseño del propio canal de denuncias también supone un desafío, ya que debe garantizarse la confidencialidad tanto del denunciante como de cualquier tercero que aparezca en la denuncia.

En este sentido, los expertos consideran que medios como el e-mail o el teléfono no serían eficaces ya que no aportan la suficiente privacidad. “Si estamos buscando garantizar el anonimato y ofrecer otras funcionalidades se hace imprescindible el uso de una plataforma especializada” sostiene Saiz. Steiner destaca en este ámbito las plataformas en línea, tanto en internet o en la intranet de la empresa y los call centers, que permiten realizar denuncias verbales y son gestionados por terceros proveedores especializados en la materia.

REQUISITOS DEL CANAL DE DENUNCIAS

- **Confidencial.** Tanto la identidad del denunciante como la de cualquier tercero mencionado en la denuncia debe estar protegida, estableciendo incluso la posibilidad de realizar denuncias anónimas.
- **Accesible y sencillo.** En este aspecto entra en juego la formación y la concienciación dentro de la compañía “Su eficacia dependerá sobre todo del grado de conocimiento que tengan los potenciales usuarios y la confianza que se haya generado en los mismos para hacer uso”, Diego Pol, Socio de Compliance de Dentons.
- **Sin represalias.** Es imprescindible garantizar a los denunciantes que no habrá represalias si comunican posibles irregularidades de buena fe a través del canal de denuncias.
- **Multicanal.** “Acceso multicanal, que permita ser utilizado no sólo por empleados sino también por terceros, como proveedores o clientes”, Carlos Alberto Saiz Peña, socio de Ecix Group.
- **Acceso restringido.** Establecimiento de protocolos definidos de gestión e investigación de las denuncias por personal especializado.
- **Evaluación.** “Debe evaluarse periódicamente para cerciorarse que se está usando correctamente, que el proceso de investigación es eficaz y resolutorio, y que se están cumpliendo con los requerimientos legales de cada Estado miembro de la UE en el que opere” Silvia Steiner, socia de Osborne Clarke.

Fuente: Cinco Días