Cariola Díez
Pérez-Cotapos

ANDA

REGULACION SOBRE
SOSTENIBILIDAD
ENTRA EN VIGENCIA

SOSTENIBILI
SOSTENIBILI
SOSTENIBILI
SOSTENIBILI
SOSTENIBILI

LA NORMA 461 DE LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO EXIGE REPORTAR TEMAS DE SOSTENIBILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO EN LA MEMORIA ANUAL DE LAS EMPRESAS.

Con el objetivo de hacerse cargo del creciente interés por los temas ASG (Ambiental, Social y Gobernanza, o ESG por sus siglas en inglés), la Comisión para el Mercado Financiero, CMF, dictó en 2021 la Norma de Carácter General 461 (NCG 461). que incorpora temáticas de sostenibilidad y gobierno corporativo en la memoria anual de las empresas bajo su regulación.

La entidad dictó la norma teniendo en consideración que las prácticas en materia de sostenibilidad pueden tener impactos materiales en el desempeño de los emisores de valores y en las decisiones de los inversionistas, y dada la creciente relevancia que ha adquirido a nivel local e internacional la divulgación de información respecto de las políticas, prácticas y metas que, en materia de sostenibilidad han adoptado los emisores de valores.

Las exigencias que impone la regulación están entrando en vigencia paulatinamente. Nicolás Lustig y Cristián Barros socios de la firma Caricia Diez Pérez-Cotapos, explican la normativa y sus alcances.

¿Qué exigencias establece la nueva normativa?

Nicolás Lustig: La principal exigencia de la normativa radica en que las compañías bajo fiscalización de la CMF deben incorporar elementos no financieros en su reporte al mercado.

Esto es sumamente relevante, pues se refiere a áreas e indicadores de las empresas que, siendo extremadamente importantes para su desempeño (y para la transparencia frente a inversionistas), no tenían visibilidad para el mercado antes de la entrada en vigencia de la Norma de Carácter General 461 (NCG 461).

Las antiguas memorias se transforman en reportes integrados en los cuales las compañías muestran aspectos que van más allá de lo financiero, tales como: (i) misión y propósito de la compañía; (ii) prácticas de gobierno corporativo; (iii) gestión de riesgos; (iv) relación con grupos de interés y público en general; (v) gestión y evaluación de proveedores; (vi) políticas e indicadores relacionados con los empleados, lo que incluye, entre otros, brecha salarial por sexo, inclusión y diversidad, etc; (vii) indicadores de sostenibilidad, según el tipo de industria y de conformidad a estándares internacionales.

¿Qué tipo de empresas son afectadas por la norma?

Nicolás Lustig: Esta normativa tiene vigencia diferida, de modo que comenzó a regir desde diciembre 2022 para las sociedades anónimas abiertas que superen el equivalente a 20 millones de UF en activos totales. Luego, a partir de diciembre de 2023, empezó a regir para las sociedades anónimas abiertas que superen el equivalente a 1 millón de UF en activos totales consolidados calculados a la fecha de inicio del ejercicio al que se refiere la memoria. Por último, a partir de diciembre de 2024, se aplicará a las entidades no contempladas en los casos anteriores, como sociedades anónimas especiales inscritas en el Registro de Valores como bancos, compañías de seguros, entidades de infraestructura y administradoras generales de fondos. No obstante lo anterior, es importante mencionar que los estándares ASG permearán con facilidad en toda la cadena productiva y operativa de las empresas como un efecto dominó. Esto, porque todos aquellos proveedores y contratistas de empresas obligadas deberán necesariamente elevar sus estándares para seguir siendo contrapartes de las empresas obligadas. Es decir, se produce un efecto cascada en la cadena productiva, en el sentido que quienes quieran operar con las grandes empresas, deberán necesariamente ajustar sus estándares ESG.

En relación con esta normativa, ¿cuál es el valor de la adhesión de las empresas socias de ANDA al Código Chileno de Ética Publicitaria?

Cristián Barros: La adhesión al Código Chileno de Ética Publicitaria por parte de las empresas socias de ANDA es de gran valor, porque implica que las compañías cumplan en parte con la normativa chilena en temas de ASG. En este sentido, es importante recordar que, dentro de los fines de ANDA, se encuentra el promover el desarrollo y protección de los valores esenciales de la comunicación comercial, al igual que mantener la ética profesional en el uso de la publicidad con el objetivo de que las comunicaciones reúnan las condiciones de veracidad e integridad protegiendo de dicha forma a los consumidores. La NCG 461 exige, entre otras cosas, que las empresas informen si es que cuentan con un Código de Ética o de Conducta o documento equivalente que defina los principios y lineamientos que deben guiar el actuar del personal y del directorio de la empresa, ello a fin de dar cuenta de cómo las empresas gestionan sus riesgos y llevan un control interno de sus actividades. La adhesión al Código de Ética Publicitaria constituye un estándar de actuación que debe ser informado en los Reportes Integrados de las compañías socias de ANDA.

¿Cuáles son los grupos de interés para la divulgación de aspectos ASG considerados en la norma?

Nicolás Lustig: La NCG 461 exige que en la memora integrada se describan aquellos grupos de interés que sean relevantes para la entidad y las razones por las que tales grupos tienen esa condición. Estos podrían ser, por ejemplo, contratistas, proveedores, empleados, sindicatos, comunidades y todos aquellos o quienes la operación de la empresa pudiera impactar. Asimismo, exige que las empresas divulguen cómo sus gobiernos corporativos se ocupan y abordan los intereses de sus principales grupos de interés, al menos identificándolos y señalando las actividades de la entidad que tienen un impacto directo en esos grupos.

¿Cuáles son las circunstancias en relación a las normas ASG informadas a la CMF?

Nicolás Lustig: Una de las principales contingencias es la falta de conocimiento y falta de experiencia relevante en la implementación de los criterios ASG por parte de la mayoría de las empresas chilenas. El desafío ante ello es la necesidad de que las empresas se eduquen e informen, de manera que logren tanto implementar como reportar en forma adecuada sus estándares y procedimientos bajo la normativa en ESG. Es importante recalcar que la norma exige no solamente reportar, sino que también funciona como un impulso para que las compañías efectivamente incorporen estándares de actuación que se condigan con una estrategia de sustentabilidad corporativa. Esto implica tiempo, dedicación y un real cambio de mentalidad en las empresas.

Un desafío es que la información ASG no está estandarizada globalmente, y hay una serie de criterios diferentes, ¿en cuál deben basarse las empresas chilenas para ANDA cumplir las disposiciones de la CMF?

Cristián Barros: En primer lugar, la NCG 461 de la CMF exige que la memoria integrada incluya un índice de contenidos, que haga referencia a los estándares internacionales de reporte que haya tomado como referencia la entidad y, para ello, la norma indica a modo de ejemplo el estándar GRI. Así, es posible interpretar que cualquier estándar internacional serla aceptado. Sin embargo, hasta ahora, la tendencia en Chile ha sido seguir el estándar GRI de acuerdo con el ejemplo indicado. Luego, la norma exige reportar sobre indicadores de sostenibilidad por tipo de industria. Al respecto establece expresamente la divulgación de las métricas SASB por industria (estándares sectoriales de la junta de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad, por sus siglas en inglés).

CONTACTO

Nicolás Lustig
Socio

Cristián Barros
Socio

Cariola Díez
Pérez-Cotapos