

LA IMPORTANCIA DE LOS CANALES DE DENUNCIA EN LA PRÁCTICA EMPRESARIAL

Los Canales de Denuncia son la vía de comunicación de un hecho, cometido por parte de algún miembro de una organización que potencialmente infringe una norma, hacia el organismo encargado de gestionar el incumplimiento. Se trata, pues, de un instrumento de organización interno de cada entidad.

Hasta ahora esta figura no contaba prácticamente con ninguna regulación. Únicamente existía un Informe de la Agencia General de Protección de Datos que daba algunas notas interpretativas al respecto, así como unas breves notas al respecto que daba la Fiscalía General del Estado en la Circular 1/2016, de 22 de enero. No obstante, el Proyecto de Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal que entrará en vigor en 2018 prevé en su artículo 24 una regulación de esta figura, permitiendo la posibilidad de que las comunicaciones sean anónimas (previéndose además un trato confidencial de las que no lo sean). En cualquier caso, deberá ser el órgano de cumplimiento (*Compliance Officer*, Comité de Supervisión y Cumplimiento, Delegado de Protección de Datos o similares) quien lo gestione.

A día de hoy los Canales de Denuncia cuentan con una amplia implantación en empresas de muy diferentes sectores y tamaños. De hecho, aproximadamente un 63,16% de las compañías españolas cuentan con uno. Su uso, que hasta 2015 se había limitado a los incumplimientos de los Códigos Éticos internos, se ha visto ampliamente reforzado por las nuevas obligaciones en materia de *Compliance* penal. De hecho, un Canal de Denuncias es uno de los elementos que forman parte de un Sistema de *Compliance* completo y eficiente. No obstante, en algunos casos su uso excede de estas obligaciones y se extiende a cualquier hecho ilícito cometido por un empleado o directivo de la empresa.

Este dato es importante puesto que, al referirse al global de empresas españolas, podemos concluir que los Canales de Denuncias no se ubican sólo en grandes empresas (que suponen un 0,34% del total), sino que también tienen presencia en las medianas (que representan aproximadamente el 5% del total) y en las pequeñas.

Sin embargo, cabe decir que la creación de un Canal de Denuncias debería ir acompañada de una comunicación a todas las partes interesadas, aspecto al que no siempre se le da la importancia debida. De hecho, sólo el 87% de los empleados de las empresas con Canal de Denuncias tienen conocimiento de su existencia, frente al 26% de proveedores y el 13% de clientes. Únicamente el 12% de las entidades pone a disposición del público general el uso de los Canales de Denuncias.

Para más información, véase este enlace: <http://www.expansion.com/juridico/actualidad-tendencias/2018/01/16/5a5e47f0468aeb2a628b466f.html>