

IR-HUB

WHAT'S NEW?

¡TE PRESENTAMOS EL IR-HUB!

UN ESPACIO DE INFORMACIÓN ESG PARA LOS IR

El pasado 12 de marzo se presentó el IR-HUB con la participación de más de 80 IRs y equipos de sostenibilidad. La sesión dió inicio con una entrevista a Begoña Morenés, IR de Ferrovial, que midió la temperatura de los temas ESG en el mundo inversor.

El IR-HUB es un espacio que nace de la necesidad de integrar en la gestión de la empresa y de comunicar al mercado el criterio más humano y desconocido de la ESG: la S.

En el IR-HUB, los IRs pueden encontrar todos los recursos necesarios para comunicar una información fiel, clara y relevante sobre sus procesos de gestión y los impactos relativos a

cuestiones sociales.

Como muy bien se explicó en la presentación, no se trata de más datos, sino de mejores datos y, en este sentido, el IR-HUB facilita la creación de valor a través de la elaboración de una equity story que integra la S como parte de la nueva normalidad.

El IR-HUB es una comunidad dinámica de IRs que busca apoyar la comprensión, elaboración y comunicación de la información social, apoyando la integración de la cultura de responsabilidad social y la creación de valor de largo plazo.

Webinar aquí.



¿QUÉ ENCONTRARÁS?

- Seguimiento de la actualidad legislativa
- Webinars especializados
- Videos sobre temáticas de actualidad
- Podcasts y entrevistas
- Briefings sobre los puntos más relevantes de la agenda
- IR- HUB Happy Hour
- Asesoramiento personalizado (opciona)

Visítanos en:

<https://www.bizandhumanrights.com/ir-hub-inicio>

Contacto: pia.navazo@businessandhumanrigts.es



Evitar el *socialwashing* requiere más datos, más análisis y un diálogo constructivo compañía-inversor

QUEJA DE LAS ONGS CONTRA CHEVRON POR GREENWASHING

Global Witness, Earthworks y Greenpeace USA, han presentado una queja ante la Comisión Federal de Comercio de USA en relación con publicidad engañosa de Chevron. Según la demanda, la tergiversación de Chevron de sus actividades va en contra de las pautas

publicitarias de la FTC (*Guías verdes*), diseñadas para evitar hacer afirmaciones ambientales engañosas sobre el impacto climático y ambiental de sus operaciones, en otras palabras, *greenwashing*.

Ya en 2019, Samsung fue formalmente acusado por

un Tribunal de París por publicidad engañosa: la compañía mostraba compromisos sociales de derechos de los trabajadores que no respetaba en sus fábricas de China, Corea y Vietnam (sobre las que se publicaron informes de trabajo infantil; condiciones de trabajo y alojamiento indignas e insalubres, etc.).

[El greenwashing puede empezar a suponer un riesgo](#)



El gran desafío sigue siendo el acceso a datos, pues medir el desempeño social es difícil, complejo y depende de varios y cambiantes factores. Sigue siendo más fácil medir la E, la huella de carbono, por ejemplo, con métricas comparable y comprendidas por las compañías y el mercado. Pero no existe el mismo nivel de de datos ni de comprensión en relación con la S.

El *greenwashing* exagera o tergiversa el cumplimiento de metas ambientales de un proyecto o compañía. El *socialwashing* existe cuando una compañía transmite (a través de sus prácticas aparentes, información pública, etc.) una falsa impresión de respeto de los derechos humanos que no se corresponde con su impacto o gestión real.

La pandemia ha obligado a las compañías a reorientar sus políticas sociales, dando gran protagonismo

a la inversión ESG. Por ello, cada vez más compañías, ávidas de atraer capital, resaltan sus políticas de igualdad, sus iniciativas con trabajadores o su alineación con los ODS (*ODS washing*). Pero, ¿lo están haciendo de verdad? ¿Cómo puede evitar un inversor el *socialwashing*?

Este es el nuevo gran reto para los inversores que quieren integrar criterios ESG, que no pueden conformarse con información superficial de las compañías. El Covid-19

complejo y depende de varios y cambiantes factores. Sigue siendo más fácil medir la E, la huella de carbono, por ejemplo, con métricas comparable y comprendidas por las compañías y el mercado. Pero no existe el mismo nivel de datos ni de comprensión en relación con la S.

Evitar el *socialwashing* requiere más datos, más análisis y reflexión y un diálogo más constructivo

Sigue siendo más fácil medir la E, la huella de carbono, p. ej., con métricas comparables y comprendidas por las compañías y el mercado. Pero no existe el mismo nivel de datos ni de comprensión en relación con la S.

Evitar el *socialwashing* requiere más datos, más análisis y reflexión y un diálogo más constructivo compañía -inversor.

160 inversores institucionales reclaman una debida diligencia obligatoria en la UE

Investor Alliance for Human Rights exige reglas obligatorias en relación a la información no financiera y la debida diligencia, solicitando que las compañías de la UE sean legalmente responsables de procesos de debida diligencia en materia de derechos humanos deficientes, en respuesta a una consulta de la UE sobre la Iniciativa de Gobierno Corporativo Sostenible.

La Alianza está respaldada por más de 160 inversores institucionales (que representan más de 5.000 millones de dólares US en activos bajo gestión, incluyendo propietarios de activos, gestores y proveedores de productos).

Afirman en una carta que *"es necesario mejorar la transparencia y la presentación de informes para que las partes interesadas de la sociedad civil y los inversores evalúen la conducta empresarial responsable"*.

La S ha alcanzado un punto de inflexión en 2021, como elemento clave de la estrategia de las compañías. En un mundo cambiante, **solo aquellas que comprendan cuál es su huella S y estén preparadas para gestionarla, informar claramente sobre ella y crear valor para todas las partes interesadas, serán recompensadas por los inversores.** La Comisión Europea se ha comprometido a presentar una ley de diligencia debida en materia de derechos humanos para junio de 2021.





¿Va a ser la S tendencia en las juntas?

Algunas tácticas inversoras están impulsando tendencias estratégicas para las compañías que quieren ser eficientes y ágiles y gestionar la sostenibilidad y la resiliencia en medio de la incertidumbre, conectando las unidades de negocio, los procesos, las operaciones y la información pública.

Que viene más activismo inversor en la temporada de juntas generales está fuera de duda. Un activismo omnipresente, más sofisticado y técnico, con un papel muy importante a la hora de impulsar a las

compañías a hacer más. Esto pasará cada vez más por:

-Mayores requerimientos de información y transparencia (debido al aumento de obligaciones de divulgación en la UE).

-Con la COP26 y la COP15 sobre biodiversidad en 2021, la E seguirá siendo una protagonista destacada en las agendas de las Juntas.

-Pero la S, los derechos humanos, pasarán a un plano más relevante. El impacto del Covid-19 (y la evidencia de las brechas

sociales, raciales, económicas, etc.), ha elevado los derechos humanos al mismo nivel de urgencia que la crisis climática.

-Un foco cada vez más relevante serán los impactos en derechos humanos de los empleados/as en las cadena de suministro, donde la pandemia ha tenido un efecto más devastador y dónde encontramos de manera más clara una debilidad para la sostenibilidad de las compañías.



Blackrock, tradicionalmente enfocado en la E, se ha metido de lleno en la S. Junto a Vanguard, ha votado a favor de una propuesta de debida diligencia en materia de derechos humanos en la reciente junta de Tyson Foods:

"Votamos en contra de la dirección de Tyson Foods, (...) al respaldar una propuesta de los accionistas sobre la debida diligencia de la cadena de suministro, porque no estábamos satisfechos con las divulgaciones y prácticas de la empresa sobre condiciones de trabajo sostenibles".