KPMG

Estudio de KPMG International sobre Informes de Responsabilidad Corporativa 2008

KPMG INTERNATIONAL

AUDIT ▪ TAX ▪ ADVISORY

Índice

Prólogo 1
Lord Michael Hastings of Scarisbrick CBE, Global Head of Citizenship and Diversity, KPMG International 2
Wim Bartels, Global Head, Socio de Sustainability Services, KPMG en Países Bajos 2

Resumen ejecutivo 3
Guía breve de referencia 6

Capítulo 1 Los informes de responsabilidad corporativa y su contexto 7
1.1 El camino recorrido 8
1.2 El camino por recorrer 9

Capítulo 2 Acerca del estudio 11
2.1 Objetivos 12
2.2 Metodología 12

Capítulo 3 El estado de los informes de responsabilidad corporativa en 2008 13
3.1 Informes de responsabilidad corporativa a escala global 14
3.2 Análisis de los informes de Responsabilidad Corporativa en 22 países 15
3.3 Integración de los informes de responsabilidad corporativa en los informes anuales 17
3.4 Más allá de la tendencia: principales factores que influyen en la elaboración de informes 18

Capítulo 4 Estrategia de responsabilidad corporativa y proceso de presentación de la información 21
4.1 Estrategia y objetivos 22
4.2 Gestión y marco de referencia 28
4.3 Compromiso de los grupos de interés 31
Enfoque especial Relaciones con inversores 33
4.4 Publicación de informes y uso de estándares 35
Enfoque especial Guía GRI 36

Capítulo 5 Temática de los informes de responsabilidad corporativa 41
5.1 Gobierno corporativo 42
5.2 Cadena de abastecimiento 46
5.3 Cambio climático 49

Capítulo 6 Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa 55
6.1 Tendencias mundiales en revisión 56
6.2 Una mirada más cercana a la verificación por países y sectores 57
6.3 Verificación: Por qué, Cómo y Qué 62
6.4 Normas de verificación y opiniones 65

Análisis por países 67
España 67

El Camino hacia delante 69

Apéndices 71
I Lista de gráficos y tablas 72
II Lista de términos 73
III Contribuyentes clave 73
IV Información de contacto clave de Global Sustainability Services de KMPG 74

Prólogo

En la actualidad, nos encontramos en un momento de rápida transformación global en el que cada vez se demanda más a las empresas que además de conseguir buenos resultados financieros, actúen como "ciudadanos corporativos" responsables. Uno de los aspectos destacados en esta transformación es la relevancia que han adquirido los programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). El cambio climático, la salud de la comunidad, la educación y el desarrollo o la sostenibilidad empresarial son algunas de las cuestiones más apremiantes del momento. Las empresas están cada vez más involucradas en todas estas cuestiones, al igual que sus clientes y sus profesionales, lo que pone de relieve la importancia de medir e informar de forma transparente y precisa las actuaciones que se llevan a cabo en estos ámbitos.

Los auditores han desempeñado durante mucho tiempo un papel destacado en los procesos de presentación de información financiera y, en este sentido, estamos convencidos del valor estratégico aportado por los informes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Queremos utilizar nuestro excelente posicionamiento en este campo para contribuir a su desarrollo y fomentar las mejores prácticas haciendo especial hincapié en los avances actuales y las tendencias históricas.

KPMG lleva a cabo el estudio Internacional sobre Informes de Responsabilidad Corporativa cada tres años, con el objetivo de analizar detalladamente los informes de responsabilidad corporativa y contribuir así a mantener un diálogo continuo a escala global en materia de transparencia y responsabilidad. El estudio de 2008 ha sido realizado en 22 países y ha contado con la participación de más de 2200 empresas de todo el mundo.

Como observará en los resultados, los informes de responsabilidad corporativa se han convertido en algo cotidiano y han dejado de ser una excepción para las empresas más importantes del mundo. Hace tres años, sólo el 50 por ciento de las empresas estudiadas incluía informes de responsabilidad corporativa en sus procesos formales de información, cifra que ha alcanzado el 80 por ciento en el estudio de este año. Cada vez son más las empresas que presentan este tipo de información en función de una serie de objetivos específicos, al tiempo que crece el número de empresas que incluye esta información en sus informes anuales.

Nuestro objetivo es promover que los informes de responsabilidad corporativa y sus prácticas de verificación se conviertan en una función tan habitual como la presentación de información financiera y sus prácticas de verificación. Por ello, confío en que encontrará este informe relevante para su negocio y que le ayudará a desarrollar nuevas ideas y a facilitar el cambio necesario para integrar la RSC como una parte inherente de su información corporativa.

Lord Michael Hastings of Scarisbrick CBE
Global Head of Citizenship and Diversity, KPMG International

En un mundo de expectativas cambiantes, las empresas deben conocer y dar cuenta del impacto que su actividad genera sobre las comunidades y entornos en los que operan. Resulta alentador ver que casi el 80 por ciento de las 250 empresas más importantes del mundo han asumido este reto y ya presentan informes sobre su comportamiento social y ambiental.

Una cuestión importante es si estos informes han dejado de ser percibidos por la sociedad como meros instrumentos de lavado de imagen: por primera vez en los quince años que llevamos elaborando este informe, puede que así se esté percibiendo. Casi todas las empresas de la lista Fortune Global 250 que presentan este tipo de información, publican además su estrategia de responsabilidad corporativa con objetivos definidos. Nuestras conclusiones indican que los sistemas de gestión están evolucionando y que la presentación de este tipo de informes es probable que sea el resultado de la aplicación de un enfoque sistemático de responsabilidad corporativa, incluyendo una estrategia definida, un sistema de gestión, el compromiso de los grupos de interés, la presentación formal de información y las prácticas de verificación externa.

No obstante, los verdaderos jueces de la calidad de la información de una empresa son los usuarios y grupos de interés. El estudio de KPMG ha sido ampliado este año para investigar el grado de influencia de los *stakeholders* en la elaboración de informes y en el diseño de las estrategias de responsabilidad corporativa de las empresas. Si bien la implicación de las partes interesadas es cada vez más formal, aún hay margen para conseguir una mayor transparencia sobre quiénes son dichas partes interesadas y cómo están respondiendo las empresas ante las preocupaciones de estos grupos de interés.

En cuanto a la calidad de la información, existe una tendencia creciente a solicitar una valoración externa para verificar la información en materia de responsabilidad corporativa. Los distintos agentes y grupos externos –bien sean comisiones formadas por grupos de interés, profesionales especializados en la materia o proveedores de servicios de verificación externa – tienen un importante papel que desempeñar en garantizar que las empresas dispongan y utilicen información fidedigna a la hora de valorar sus progresos para conseguir el objetivo en cuestión: un futuro más sostenible.

Wim Bartels
Global Head, Socio de Sustainability Services, KPMG en Países Bajos

Resumen ejecutivo

El objetivo de este estudio ha sido analizar las tendencias seguidas en la presentación de información sobre responsabilidad social corporativa por las mayores empresas del mundo. En el estudio paticipan más de 2200 compañías, entre ellas las empresas incluidas en el ranking Fortune Global 250 (denominadas en adelante empresas G250) y las 100 empresas con mayores ingresos de los 22 países estudiados (denominadas empresas N100). El estudio presenta, en la medida de lo posible, referencias a los datos históricos recopilados en los cinco informes anteriores realizados por las firmas de KPMG desde 1993. Sólo se ha utilizado información disponible públicamente para la elaboración de este estudio, tal como los sitios web de las empresas, los informes de responsabilidad corporativa y los informes anuales publicados en 2007-2008.

Más información sobre la metodología del estudio y el contexto de los informes de responsabilidad corporativa en los Capítulos 1 y 2.

Estado de los informes de responsabilidad corporativa en 2008

El capítulo 3 proporciona una visión global de las principales tendencias adoptadas en la presentación de información sobre responsabilidad corporativa.

Una de las conclusiones más significativas del estudio 2008 es que se ha generalizado la presentación de información en materia de responsabilidad corporativa: casi el 80 por ciento de las 250 empresas más grandes del mundo presentan este tipo de informes en la actualidad, frente al 50 por ciento que lo hacía en 2005.

Tendencias nacionales

Las empresas nacionales se sitúan por detrás de las empresas G250, ya que sólo un 45 por ciento de las entidades estudiadas publican estos informes, si bien las cifras varían mucho – de menos de un 20 por ciento en México a más de un 90 por ciento en Japón.

Factores

Las cuestiones éticas y de innovación se han convertido en los factores de mayor peso en la elaboración de estos informes, mientras que la gestión de riesgos ha perdido importancia para las empresas G250.

Análisis de KPMG

Estos informes se han convertido en algo cotidiano –y no en algo excepcional- para las empresas más importantes del mundo. Dado que los factores que motivan la elaboración de estos informes han cambiado, dejando de estar orientados a la gestión de riesgos para basarse ahora en cuestiones de innovación y de aspiración empresarial, esperamos que estos informes comiencen a ser más habituales también a nivel nacional y para las empresas más pequeñas en un futuro próximo.

Estrategia de responsabilidad corporativa y proceso de presentación de información

El capítulo 4 analiza el proceso que origina la presentación de información en materia de responsabilidad corporativa y cómo encaja esta presentación de información en el sistema general de gestión y en la estrategia global de las empresas.

Estrategia

Tres de cada cuatro empresas G250 cuentan con una estrategia de responsabilidad corporativa con objetivos definidos.

Grupos de interés

Casi dos de cada tres empresas G250 interactúan con los grupos de interés de una forma estructurada, frente al 33 por ciento que lo hacían en 2005. Sin embargo, la mayoría de las empresas no utilizan los canales existentes, tales como las juntas generales de accionistas, para involucrar a los analistas e inversores en las cuestiones ambientales y sociales de la entidad.

Marco de trabajo

Más del 75 por ciento de las empresas G250 y casi el 70 por ciento de las empresas N100 utilizan la guía GRI para la presentación de sus informes.

Valor

Más de la mitad de las 250 empresas más grandes del mundo dan a conocer públicamente sus nuevas oportunidades de crecimiento de negocio y/o el valor financiero que les reporta la responsabilidad corporativa.

Análisis de KPMG

A pesar de que las empresas N100 van por detrás de las entidades globales, estamos observando un avance significativo en el grado de madurez de los sistemas de gestión de responsabilidad corporativa también en estas empresas. Ahora es más habitual que este tipo de informes se enmarquen en el contexto de la estrategia general y de un sistema de gestión definido. El hecho de que la mayoría de las empresas G250 y N100 utilicen la guía del GRI denota que dicha guía se ha convertido en una publicación de referencia para la presentación de este tipo de información. La participación de los grupos de interés es un área que podría mejorarse, e incluirse en un marco de trabajo más amplio sobre la estrategia de responsabilidad corporativa y la presentación de información. Dado que en la actualidad algunas de las empresas más importantes del mundo han podido cuantificar el argumento empresarial que supone la responsabilidad corporativa y su comunicación formal, es probable que esta práctica se extienda a los participantes más pequeños de otros países y sectores.

Continuación del Resumen Ejecutivo

Temática de los informes de responsabilidad corporativa

El capítulo 5 analiza una serie de temas que se incluyen en los informes de las empresas: gobierno corporativo, cadena de abastecimiento y cambio climático.

Gobierno corporativo
A pesar de que un 92 por ciento de las empresas G250 dispone de un código de gobierno corporativo sobre ética y conducta, sólo el 59 por ciento informa de los incidentes o incumplimientos de dicho código.

Cadena de abastecimiento
Casi todas las empresas G250 cuentan con un código de conducta relativo a su cadena de abastecimiento, pero sólo la mitad informa sobre los detalles relativos a su implantación y seguimiento.

Cambio climático
Si bien el 62 por ciento de las empresas G250 revela información sobre los riesgos climáticos, el 69 por ciento de las empresas N100 no lo hace. Teniendo en cuenta que para entender los riesgos es necesario entender su impacto, es evidente que gran parte de las empresas G250 (41 por ciento) tienen que desarrollar esta cuestión. Los informes sobre el impacto de la huella de CO_2 de las empresas se focalizan generalmente en las actividades propias de las entidades.

Análisis de KPMG

Teóricamente el vínculo entre el gobierno corporativo y la responsabilidad corporativa parece obvio, pero en la práctica, muchas empresas parecen no tener presente dicho vínculo y no están aprovechando sus beneficios potenciales. Todo apunta a que los informes sobre el riesgo de la cadena de abastecimiento y la información proporcionada por los proveedores aumentarán a medida que los inversores, y los clientes en particular, exijan una mayor responsabilidad y transparencia a las entidades en este ámbito. Aunque los informes sobre el impacto de la huella de CO_2 no son una práctica tan común como cabría esperar, existen otros indicios de que las empresas se están tomando en serio los riesgos y oportunidades asociados al cambio climático.

Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

El capítulo 6 analiza las tendencias existentes en materia de verificación externa y revela quiénes están utilizando este enfoque de trabajo, cómo y por qué.

Verificación formal
Las verificaciones formales de los informes de las empresas G250 realizadas por terceros han aumentado del 30 al 40 por ciento en los tres últimos años; esta tendencia es similar a nivel nacional, dado que un 39 por ciento de los informes de las empresas N100 contienen verificaciones formales.

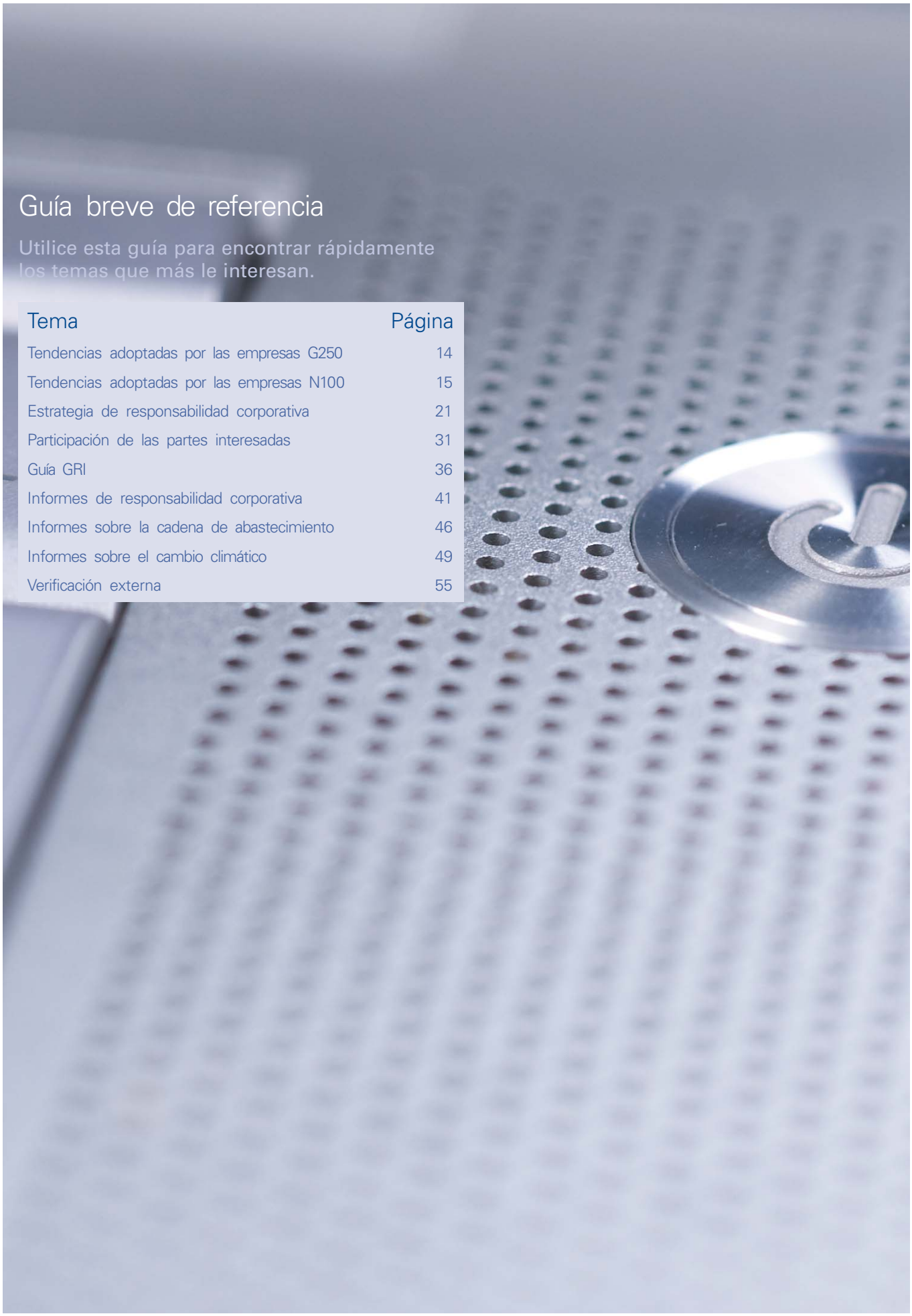
Comentarios de terceros
Un 27 por ciento de los informes incluye otro tipo de comentarios de terceros, tales como comisiones formadas por miembros de los principales grupos de interés de la entidad o declaraciones de profesionales especializados en materias concretas.

Proveedores
Las firmas de auditoría más destacadas son los principales proveedores de estos servicios de verificación externa de los informes de responsabilidad corporativa.

Normas y calidad
La coherencia y calidad de los métodos de verificación quedan patentes en el aumento del uso de las normas. Las empresas G250 suelen solicitar, con menos frecuencia que las empresas N100, este tipo de verificaciones (positivas) razonables.

Análisis de KPMG

A medida que las partes interesadas son más específicas sobre la información que necesitan y al tiempo que evolucionan los sistemas de gestión de la responsabilidad corporativa, la combinación de los distintos mecanismos de análisis y verificación – como pueden ser los comentarios de agentes externos a la entidad, los paneles compuestos por los principales grupos de interés y los procesos sistemáticos de verificación externa – puede conseguir el nivel de verificación deseado, tanto en la calidad como en el contenido del informe. Las empresas N100 se sitúan al mismo nivel que las empresas G250 en lo relativo a la utilización de verificaciones formales (40 por ciento), lo cual puede indicar que las empresas que empiecen a presentar sus informes adoptarán esta práctica como procedimiento habitual en los próximos años.



Guía breve de referencia

Utilice esta guía para encontrar rápidamente los temas que más le interesan.

Tema	Página
Tendencias adoptadas por las empresas G250	14
Tendencias adoptadas por las empresas N100	15
Estrategia de responsabilidad corporativa	21
Participación de las partes interesadas	31
Guía GRI	36
Informes de responsabilidad corporativa	41
Informes sobre la cadena de abastecimiento	46
Informes sobre el cambio climático	49
Verificación externa	55

Capítulo 1

Los informes de responsabilidad corporativa y su contexto

En un entorno en el que los retos a los que se enfrentan las empresas cambian a gran velocidad, las entidades están dejando de lado los enfoques centrados en la gestión de los riesgos y adoptan cada vez más enfoques orientados al aprendizaje y la innovación. Informar sobre estos temas resulta imprescindible si las empresas quieren conocer su impacto social y ambiental, y saber cómo minimizar los peligros y maximizar las oportunidades asociadas a estos retos nuevos y emergentes.

Una aspiración urgente y necesaria para todas las empresas es conseguir un sólido crecimiento y una fuerte vitalidad económica sin impedir a las generaciones futuras que puedan perseguir estos mismos objetivos. El denominado "desarrollo sostenible" es posiblemente el mayor reto al que nos enfrentamos en la actualidad. Los gobiernos han sido tradicionalmente los encargados de dar forma al futuro a través de sus políticas e incentivos. Sin embargo, debido al aumento del poder económico del sector privado durante la mitad del siglo pasado y al incremento de la interconectividad conseguida gracias a la globalización en las dos últimas décadas, ha quedado patente que las empresas tienen ahora un papel fundamental que desempeñar para tratar de conseguir un futuro más sostenible.

Las empresas pueden desempeñar una función decisiva garantizando que el impacto directo e indirecto causado por sus actividades normales de negocio sea positivo para el medio ambiente y las personas, y utilizando sus enormes reservas de conocimiento, innovación, creatividad y otros recursos para ayudar a encontrar soluciones a algunos de los retos sociales y ambientales a los que nos enfrentamos como sociedad global en la actualidad y en un futuro. Esto es lo que se conoce como responsabilidad corporativa.

Sin embargo, existen dos cuestiones específicas que dificultan el hecho de que las empresas sepan abordar tales retos, convirtiendo el desarrollo sostenible en un objetivo difícil de conseguir:

- **Información imperfecta:** Las complejidades de los sistemas físicos, biológicos y sociales, y cómo interactúan y reaccionan en momentos de tensión o en momentos en los que las condiciones cambian constantemente, no se conocen en su totalidad. Por tanto, es posible que las empresas no sepan cuál ha sido el impacto que han provocado en un ecosistema y en la comunidad hasta que ya sea demasiado tarde, o no sean capaces de predecir cómo pueden afectar a estos sistemas sus nuevas actividades de negocio.
- **Expectativas en constante cambio:** Tanto a nivel local como a nivel global, se entablan todo tipo de discusiones, reuniones y foros de debate, de manera permanente y en tiempo real, para analizar el papel que deberían desempeñar los gobiernos, las empresas y los ciudadanos para conseguir un futuro más sostenible.

A medida que se dispone de nueva información sobre nuestro impacto en los sistemas sociales y ecológicos, y a medida que avanzan las conversaciones entre el sector público, el sector privado y otros sectores, las empresas deben adaptarse e innovar continuamente para seguir siendo competitivas.

Si comparamos los resultados del estudio Internacional 2008 sobre Informes de Responsabilidad Corporativa con el estudio elaborado en 2005, queda patente que las normas relativas a la sostenibilidad cambian muy rápidamente.

1.1 El camino recorrido

Los primeros años de esta década han estado repletos de escándalos corporativos, con una gran cantidad de empresas que han sido investigadas por sus dudosas prácticas contables y de gobierno corporativo. Esto ha provocado que los reguladores, accionistas, empleados y consumidores exijan la implantación de otros marcos de trabajo que permitan realizar un seguimiento de la solidez y el valor de una empresa – marcos de trabajo que se distancian a su vez de la presentación tradicional de la información financiera. Anteriormente, este enfoque tradicional ha determinado el futuro de la información, tanto financiera como de otro tipo.

Durante el periodo previo al estudio de 2005, el contexto en el que se encontraban las empresas al presentar su información estaba determinado por las siguientes cuestiones:

- La demanda a nivel mundial de transparencia y responsabilidad se situaba en máximos históricos.
- Aumento de las expectativas de gobierno corporativo y un nuevo compromiso ético.
- Mayores exigencias de obtener un análisis más completo sobre la solidez y estabilidad de una empresa, no sólo teniendo en cuenta resultados financieros, sino también prácticas de gestión de riesgos y creación de valor en el ámbito ambiental y social.
- Debate permanente en torno a la regulación y la transparencia obligatoria en cuestiones de gobierno, ética y otras cuestiones no financieras.

Capítulo 1

Los informes de responsabilidad corporativa y su contexto

1.2 El camino por recorrer

El contexto en el que operan las empresas evoluciona de forma constante a medida que se va aprendiendo de los errores cometidos en el pasado, hay nueva información disponible y prosperan los debates en torno a las expectativas. En los tres años transcurridos desde la publicación del último estudio de KPMG, han sucedido muchas cosas que han determinado el entorno actual de la responsabilidad corporativa y de su información. A continuación analizamos varias de estas cuestiones y avances.

Principales marcos de trabajo globales

El objetivo de los principales códigos y normas que rigen las prácticas de responsabilidad corporativa es mejorar continuamente para poder asimilar los nuevos conocimientos y la nueva información, así como reflejar las opiniones actuales sobre las funciones y expectativas de las empresas. Los avances de los tres últimos años han influido sin duda en el estado actual de la información sobre responsabilidad corporativa.

Aún más importante de cara a la presentación de estos informes es que Global Reporting Initiative (GRI) publicó la tercera edición de su Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (Guía G3) a finales de 2006, después de un proceso de preparación de dos años en el que han participado alrededor de 3000 actores interesados de todo el mundo. En 2008, la mayoría de las empresas que afirmaron haber utilizado la versión anterior de la Guía GRI, la guía G2, han empezado a utilizar la versión G3. Esta nueva versión, que hace más hincapié en el proceso de elaboración de memorias y analiza más detalladamente los métodos de cálculo de los indicadores, podría ayudar a fomentar una mayor capacidad de comparación, materialidad y rigor en este tipo de informes.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) está desarrollando la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social (Guidance Standard on Social Responsibility). A pesar de que no se trata de una norma de certificación, se prevé que impactará en la práctica corporativa cuando se publique, en parte debido a la posición dominante de ISO gracias al uso generalizado de su norma de gestión ambiental 14001.

La importancia de la transparencia y la responsabilidad aumentó en 2008 cuando el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UNGC) – cuyo marco rige el compromiso ante cuestiones sociales y ambientales mediante 10 principios – identificó a casi 1000 empresas como inactivas o excluidas de su grupo activo de participantes por no comunicar sus informes de progreso con respecto al Pacto Mundial.

Los derechos humanos se han convertido en una cuestión en constante cambio sobre la que las empresas han de mantener un seguimiento constante. Las "Normas sobre Responsabilidades de las Corporaciones Transnacionales y otras Empresas Comerciales con Respecto a los Derechos Humanos" de las Naciones Unidas han sido objeto de un debate continuo entre las empresas, los gobiernos y la sociedad civil en torno a las expectativas sobre las grandes empresas con relación a los derechos humanos.

Las normas de verificación continúan también evolucionando a medida que cambia el entorno. En algunos países, la norma ISAE3000 del IAASB se considera cada vez más una norma de verificación específica para informes de responsabilidad corporativa, mientras que la norma AA1000AS de AccountAbility está actualmente en proceso de revisión y volverá a publicarse a finales de 2008. La importancia de proporcionar datos fiables sobre las emisiones de CO_2 también ha sido reconocida por el IAASB, que ha formado recientemente un grupo de trabajo para desarrollar una norma contable especializada. Se han desarrollado marcos centrados en cuestiones específicas para solucionar las deficiencias existentes en cuestiones emergentes. Algunos ejemplos clave son los Principios de Ecuador, los Principios para la Inversión Responsable (PRI) y el marco ambiental, social y de gobierno publicado por Goldman Sachs, todos ellos enfocados al sector de los servicios financieros. En cuanto al cambio climático, los Principios del Carbono han ayudado a regir los mercados emergentes de carbono, mientras que la participación en el Carbon Disclosure Project y en el Greenhouse Gas Protocol (Protocolo GHG) ha aumentado de forma significativa.

Cambio climático

Tras décadas de estudios científicos y un elevado activismo, el cambio climático se ha convertido finalmente en una inquietud generalizada, en parte gracias a los avances de las distintas directivas sobre el cambio climático de las Naciones Unidas y de las iniciativas del antiguo vicepresidente de los Estados Unidos Al Gore y otros defensores, a los que se les concedió el Premio Nobel de la Paz en 2007. La acogida que han recibido los mecanismos de mercado relativos al comercio de los derechos de emisión y los programas de reducción de CO_2 ha aumentado de forma significativa. Actualmente, el cambio climático está presente en las agendas de políticos y consumidores, por lo que las empresas de todo el mundo han empezado a aprovechar y entender los riesgos y las oportunidades de un mundo tan restringido por el CO_2 como el actual.

Cadena de abastecimiento

Uno de los aspectos más difíciles en la gestión de la responsabilidad corporativa y su información es que a menudo los límites de la responsabilidad están fuera del alcance de la dirección y del control directo de las empresas. Un ejemplo muy representativo de esto se observó en 2007 cuando Mattel tuvo que retirar 20 millones de juguetes que estaban contaminados con plomo, así como cuando una serie de fabricantes de comida para animales tuvieron que retirar 600 millones de latas contaminadas debido a una deficiencia en el control de calidad de las fábricas chinas, hecho que mostró las dificultades que afrontan las empresas para garantizar que se cumplen sus expectativas.[1] Las empresas, especialmente las

1 Véase "101 Dumbest Moments in Business", http://money.cnn.com/galleries/2007/fortune/0712/gallery.101_dumbest.fortune/index.html

del sector minorista, han tratado de reforzar, durante casi una década, las normas ambientales y laborales en la cadena de abastecimiento. Después de varios años evitando abordar directamente esta cuestión, la empresa con la mayor cadena de abastecimiento del mundo, WalMart, anunció una serie de objetivos y reformas ambientales y sociales para sus proveedores. Estos ejemplos dejan patente que las empresas están empezando a incluir la responsabilidad corporativa también en la gestión de la cadena de abastecimiento.

Gobierno corporativo

Una cuestión muy presente durante la mayor parte de esta década ha sido la crisis de crédito que surgió en 2007-2008, y que ha servido para recordar que cuando se entra en territorio nuevo y no regulado, las empresas deben actuar con la mayor ética posible, de lo contrario, podrían enfrentar consecuencias adversas. Al reconocer que la responsabilidad corporativa puede informar y poner de manifiesto las mejores prácticas en materia de gobierno, las empresas han hecho esfuerzos importantes para unir estos dos conceptos y reforzar así su estrategia y su gestión de riesgos.

Una nueva era para los informes de responsabilidad corporativa

A medida que cambian las reglas del juego para las empresas, estos informes resultan fundamentales para entender y realizar un seguimiento del impacto social y ambiental que generan, para poder realizar los ajustes necesarios y reducir los efectos negativos y aumentar los positivos. La presentación de este tipo de informes ayuda a informar de las decisiones tomadas por los órganos de gobierno, contribuye a afianzar los sistemas de gestión de riesgos y a encontrar nuevas oportunidades para innovar en los productos y servicios.

Además de reforzar los sistemas internos, estos informes ayudan a las empresas también a gestionar sus relaciones externas.

La capacidad de una empresa para comunicar sus actividades y rendimiento de forma efectiva a sus principales grupos de interés, tales como sus clientes, empleados, inversores, proveedores y grupos de la comunidad, ayuda a aumentar la confianza y la credibilidad de los grupos que resultan más importantes para una empresa.[2] Además, esta capacidad también puede resultar crítica para el éxito, viabilidad y crecimiento de una empresa a largo plazo.

Los informes de responsabilidad corporativa, que actualmente se han consolidado como una práctica común para las empresas más importantes del mundo, están creando valor para las compañías de muchas formas, como por ejemplo:

- Diferenciando la empresa en el mercado gracias a su estrategia de responsabilidad corporativa y sus compromisos;
- Manteniendo una licencia para operar con los distintos grupos de interés específicos y con el público en general;
- Obteniendo unas condiciones más favorables de financiación a medida que los mercados financieros tomen conciencia de las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno y exijan una información mejor sobre el rendimiento social y ambiental de las empresas;
- Fomentando la innovación a través de un mejor entendimiento de las necesidades de las partes interesadas o de los riesgos futuros;
- Atrayendo y reteniendo a los profesionales en un entorno en el que los empleados tienen grandes expectativas y existe alta competencia por el talento;
- Mejorando la reputación al proporcionar información sólida y veraz sobre algunas de las cuestiones más difíciles para una entidad.[3]

"Existe una conciencia generalizada de que todos nosotros somos responsables de contribuir al desarrollo sostenible y de analizar detalladamente todas nuestras acciones, actividades y elecciones respectivas, así como sus repercusiones. Al abordar cuestiones globales, tales como el agua, la seguridad alimentaria, el cambio climático y otras cuestiones, queda patente que la disponibilidad de información básica sobre el rendimiento social y ambiental resulta esencial. Es necesario aumentar la estandarización de informes para mejorar nuestra valoración de las tendencias en sostenibilidad que se desarrollan a gran velocidad ante nosotros, para pasar de pensar en estas cuestiones a empezar a saber realmente cómo responder y actuar ante ellas.

Debemos profundizar, ampliar y acelerar la práctica de presentación de informes de sostenibilidad si queremos responder como sociedad global acorde con el ritmo y dirección de los cambios que se están produciendo en nuestro entorno, y si queremos preservar nuestro hábitat y a nosotros mismos."

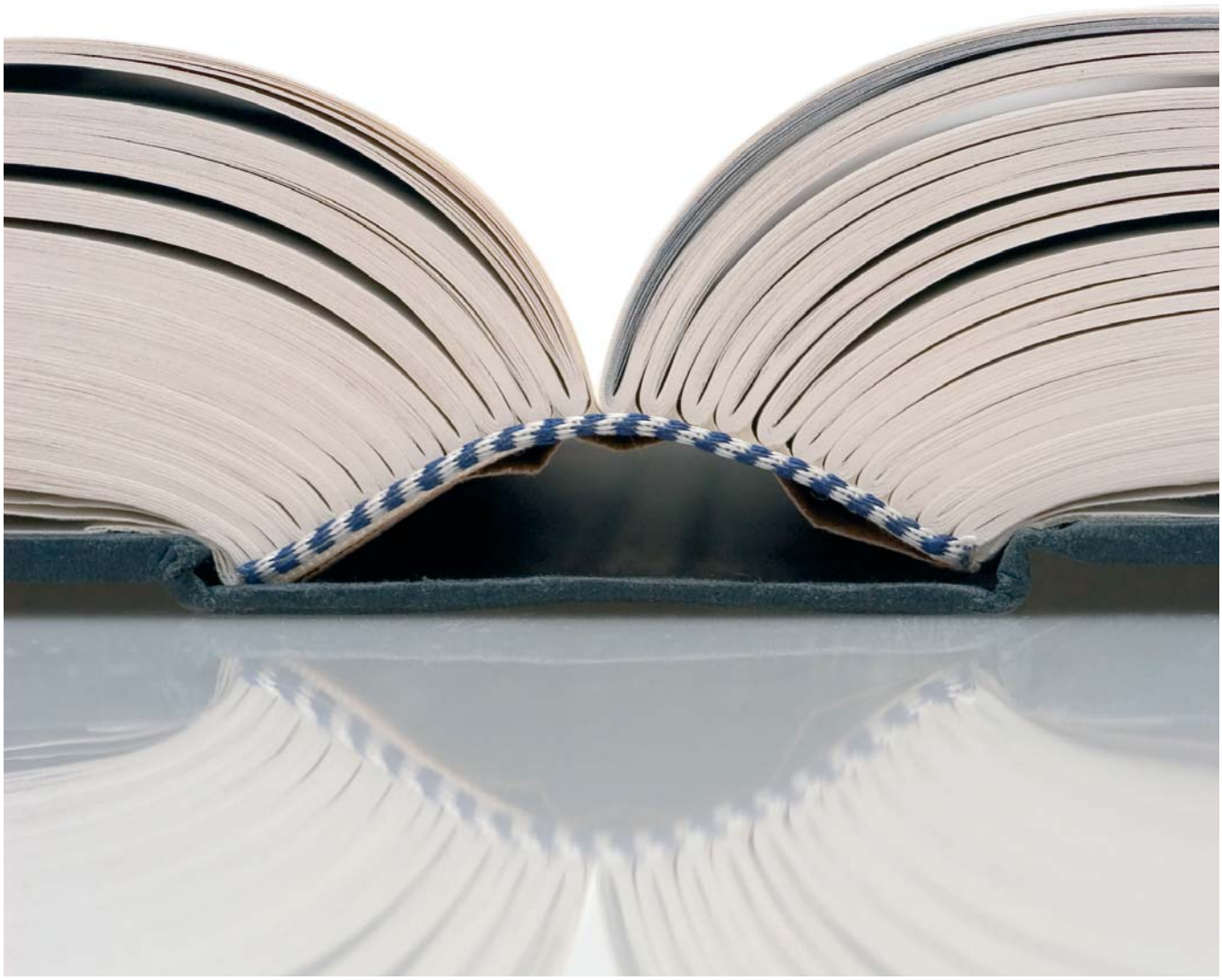
Angela Cropper
Deputy Executive Director,
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Assistant Secretary General, Naciones Unidas

2 Véase el informe de KPMG y SustainAbility "Count Me In: The Readers Take on Sustainability Reporting" www.kpmg.nl/Sustainability
3 Véase el informe "Sustainability Reporting: A Guide" de KPMG en Australia, www.kpmg.au

Capítulo 2

Acerca del estudio

El objetivo de este estudio ha sido analizar las tendencias de presentación de información adoptadas por las mayores empresas del mundo. El estudio incluye las empresas Fortune Global 250 y las 100 empresas con mayores ingresos de los 22 países estudiados. KPMG ha analizado la información pública de estas empresas con objeto de extraer las tendencias tradicionales y emergentes existentes en sus informes de responsabilidad corporativa.



2.1 Objetivos

El objetivo del estudio ha sido analizar las tendencias de presentación de información adoptadas por las mayores empresas del mundo. Se trata del sexto estudio de una serie realizada por KPMG y varios copatrocinadores desde 1993 que se publica cada tres años[4]. El objetivo ha sido estudiar la información relacionada con la responsabilidad corporativa publicada por cientos de empresas en todos los sectores y regiones para poder extraer las tendencias históricas en la materia y descubrir las nuevas prácticas y temáticas que están emergiendo actualmente.

2.2 Metodología

La base del estudio ha sido una encuesta con más de 50 preguntas sobre los informes de responsabilidad corporativa publicados (o no) por las empresas incluidas en la muestra. El estudio ha permitido a KPMG recopilar información sobre las tendencias históricas realizando un seguimiento de las mismas cuestiones que en estudios anteriores, tales como las preferencias por sectores y países, el uso de normas, la función y el uso de verificaciones externas y los factores que más peso tienen en la presentación de estos informes. Además, este año se ha ampliado el contenido del estudio y se ha realizado un seguimiento de cuestiones emergentes, tales como el cambio climático, la gestión y la estrategia de responsabilidad corporativa y las técnicas utilizadas durante el proceso de presentación de información, como la materialidad o la participación de las partes interesadas.

La muestra del estudio incluye a las empresas que ocupan los 250 primeros puestos del ranking Fortune Global 500[5] (G250) de 2007, así como a las 100 empresas con mayores ingresos (N100) de los 22 países estudiados, salvo en Suecia, donde la muestra se limita a las 70 empresas con mayores ingresos. La lista de los 22 países se detalla en la Tabla 2.1[6].

Las 100 mayores empresas en cada uno de los 22 países se identificaron en base a los rankings por ingresos realizados por una fuente nacional de reconocido prestigio. En algunos casos, cuando no había ninguna clasificación disponible o ésta no estaba completa, se han utilizado otros datos, tales como la capitalización cotizada u otras medidas adecuadas para el sector, para realizar o completar el ranking por ingresos. Todas las empresas han sido seleccionadas sin tener en cuenta su estructura de propiedad (privadas, cotizadas) ni su estructura operativa (holdings).

Dado que el objetivo del estudio ha sido analizar las tendencias en la información existente a disposición del público, sólo se ha utilizado información sobre responsabilidad corporativa de dominio público. Las fuentes han sido exclusivamente:

- Informes de sostenibilidad o responsabilidad corporativa;
- Sitios web de empresas; e
- Informes financieros anuales

En primer lugar se han consultado los informes de responsabilidad corporativa o informes similares publicados entre mediados de 2007 y mediados de 2008. Si la empresa no había publicado ningún informe durante dicho periodo de tiempo, se utilizaron los de 2006. No se ha incluido ninguna información anterior a 2006.

Tabla 2.1

Países que han participado en el estudio 2008:

Australia	Noruega
Brasil	Portugal
Canadá	Rumanía
República Checa	Sudáfrica
Dinamarca	Corea del Sur
Finlandia	España
Francia	Suecia
Hungría	Suiza
Italia	Países Bajos
Japón	Reino Unido
México	Estados Unidos

KPMG cuenta con una red internacional de prácticas nacionales de sostenibilidad. Veintidós de ellas han participado voluntariamente en este estudio.

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Nota sobre la terminología

Se ha utilizado el término "responsabilidad corporativa" en este estudio para describir el impacto y las cuestiones éticas, económicas, ambientales y sociales que preocupan al sector privado. Existen muchos términos que pueden utilizarse para referirse a este mismo concepto, tales como sostenibilidad, responsabilidad social corporativa, ciudadanía corporativa, cuestiones ambientales, sociales y de gobierno, entre otras.

4 El catálogo de los estudios anteriores está disponible en www.kpmg.com/survey
5 Las 250 empresas incluidas en los primeros puestos del ranking Fortune Global 500 de 2007 – enlace: http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2007/full_list/index.html
6 Si desea más información sobre las personas de contacto en las prácticas de Sostenibilidad de las firmas miembro de KPMG que han participado en el estudio en todo el mundo, consulte la contraportada del informe. De las 40 prácticas mundiales, 22 han participado voluntariamente en este estudio.

Capítulo 3

El estado de los informes de responsabilidad corporativa en 2008

Principales puntos del capítulo

- La presentación de informes de responsabilidad corporativa se ha generalizado: casi el 80 por ciento de las empresas más grandes del mundo (G250) publica informes sobre responsabilidad corporativa y un cuatro por ciento adicional ha integrado esta información en sus informes anuales.
- Los niveles de presentación de informes en las 100 empresas más grandes (N100) de los 22 países estudiados es del 45 por ciento de media y las cifras más elevadas corresponden a Japón (88 por ciento) y al Reino Unido (84 por ciento).
- La integración de la información sobre responsabilidad corporativa en los informes anuales está aumentando en Francia, Noruega, Suiza, Brasil y Sudáfrica.
- Entre los factores de mayor peso a la hora de presentar este tipo de información, tanto en el grupo G250 como en el N100, destacan las consideraciones éticas y la innovación, mientras que disminuye el número de empresas G250 que menciona la gestión de riesgos.

"En estos momentos difíciles quizás resulta más crucial que nunca que las empresas muestren su compromiso con la transparencia mediante la presentación de informes de sostenibilidad. La publicación eficaz de información sobre el rendimiento económico, ambiental y social puede permitir a una empresa destacar entre las demás y aprovechar la oportunidad de posicionarse como líder con una marcada visión de futuro entre unos grupos de interés cada vez más sofisticados. La publicación de un informe de sostenibilidad ya no es una mera cuestión de mitigación de riesgos de reputación y de costes. Ahora más que nunca, empleados, inversores y consumidores analizan las empresas donde compran, invierten o para las que trabajan con el fin de colaborar para abordar de forma innovadora las cuestiones fundamentales a las que todos nos enfrentamos en materia de sostenibilidad."

Judy Henderson
Consejo de Administración, Global Reporting Initiative

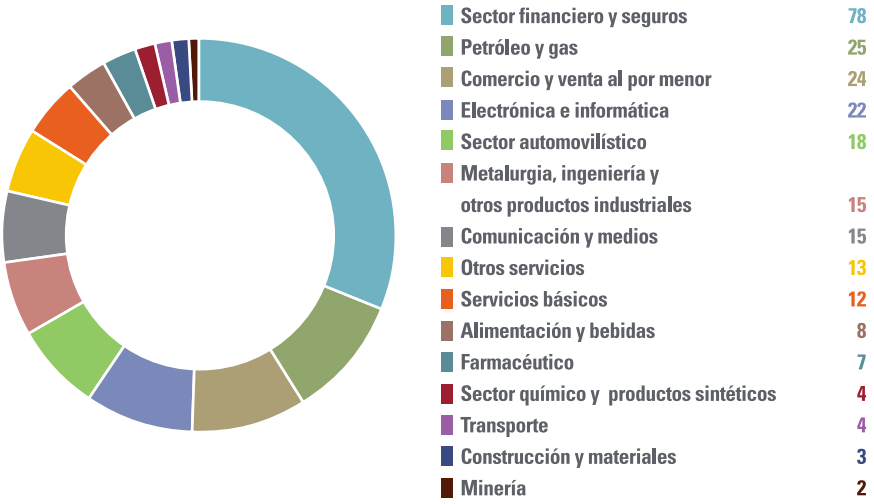
3.1 Informes de responsabilidad corporativa a escala global

Las empresas G250 proceden de la clasificación Fortune Global 500 (2007) y representan más de una docena de sectores (véase el gráfico 3.1). Las entidades financieras, de valores y de seguros predominan en la muestra, seguidas de los sectores petróleo y gas, compañías de servicios básicos, electrónica e informática, y sector automovilístico. De estas 250 entidades, 218 son empresas cotizadas.

Desde el último estudio realizado por KPMG en 2005, la presentación de informes por parte de las grandes empresas globales (G250) ha aumentado de forma significativa. El gráfico 3.2 muestra que el número de empresas G250 que publican informes de responsabilidad corporativa por separado ha aumentado del 52 por ciento al 79 por ciento, es decir, 197 del total de 250 empresas.

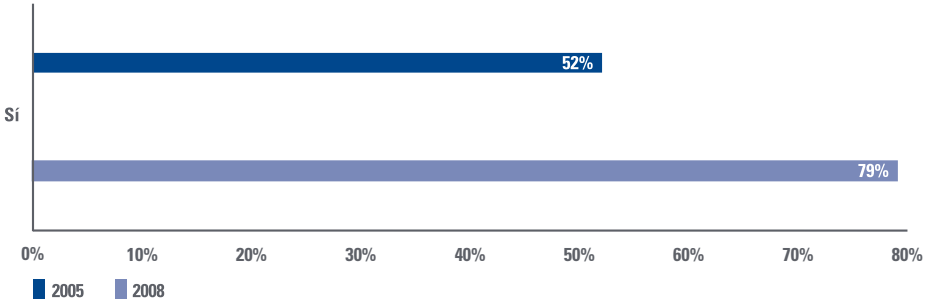
Un cuatro por ciento adicional de las empresas de esta muestra no publica informes por separado pero integra la información sobre responsabilidad corporativa en sus informes financieros anuales –de un total de 207 empresas- lo cual representa un sorprendente salto del 30 por ciento en un periodo de tres años.

Gráfico 3.1 Empresas por sector (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 3.2 Empresas que publican un informe de responsabilidad corporativa independiente (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

La cuestión ya no es quién presenta informes de RSC, sino quién no lo hace. Los informes de responsabilidad corporativa constituyen ya una expectativa generalizada de las empresas. Dado que más del 80 por ciento de las 250 empresas más grandes del mundo informan sobre estos temas, podemos prever que esta tendencia se extenderá rápidamente a otros países y sectores en los próximos años.

3.2 Análisis de los informes de Responsabilidad Corporativa en 22 países

Un estudio más detallado de las tendencias de presentación de informes adoptadas en los países analizados muestra la diversidad de factores, prácticas e influencias que afectan la decisión de una empresa de presentar su información en esta materia, así como la manera de hacerlo.

Presentación generalizada de informes en algunos países

Las empresas de Japón y del Reino Unido han encabezado los primeros puestos de los rankings de presentación de informes de responsabilidad corporativa durante los últimos diez años. Si bien no había demasiado margen de crecimiento, se ha producido un aumento de 8 y de 13 puntos porcentuales en los informes publicados por separado en Japón y el Reino Unido, respectivamente, así como un 5 y un 7 por ciento adicional de empresas que integran información sobre responsabilidad corporativa en sus informes financieros. La presentación de informes en estos países se ha convertido en algo habitual para las empresas más importantes, aunque por razones diferentes. Las empresas que cotizan en el mercado de valores de Japón deben cumplir unas regulaciones claramente definidas sobre la presentación de información y resultados en materia ambiental y poco a poco este ámbito se está ampliando para incluir cuestiones sociales y económicas. En el Reino Unido por su parte, la inminente regulación que conllevará la legislación sobre sociedades (Companies Act) está haciéndose notar poco a poco si bien lo que más se escuchan son las voces críticas de los consumidores, medios de comunicación, empleados y accionistas que exigen una mayor responsabilidad y transparencia en las cuestiones más decisivas.

Crecimiento acelerado

En algunos países la presentación de informes ha crecido de forma extraordinaria desde 2005, tal y como muestra el gráfico 3.3. Las empresas situadas en Estados Unidos son algunas de las más grandes e influyentes del mundo, así que resulta significativo descubrir que hay 41 empresas estadounidenses más que publicaron un informe de responsabilidad corporativa en comparación con 2005, por lo que el total del grupo N100 de Estados Unidos pasa al 73 por ciento. Aunque llegan tarde en comparación con otros mercados como Japón y el Reino Unido, las entidades estadounidenses empiezan a ser conscientes de su alcance global y su repercusión en la sociedad, y han aumentado significativamente su nivel de transparencia en estos temas. A medida que los países europeos deciden cómo fomentar la presentación de informes sobre cuestiones sociales y ambientales en sus territorios, algunas empresas se adelantan al resto y aprovechan la ventaja resultante. La tasa de presentación de este tipo de información en las empresas españolas creció de un 25 a un 59 por ciento, y desde 2005 se han sumado un total de 34 empresas a este grupo. Este dato refleja el hecho de que el gobierno y la sociedad civil están fomentando con fuerza el desarrollo sostenible y también refleja el liderazgo asumido por algunas empresas españolas que fueron de las primeras en presentar estos informes. Es posible que estos factores expliquen también el rápido crecimiento experimentado en los Países Bajos y en Italia, donde la presentación de informes se duplicó en los últimos tres años hasta alcanzar el umbral del 60 por ciento.

Canadá ha añadido a su cuenta 19 empresas más que presentan este tipo de informes, por lo que también alcanza el umbral del 60 por ciento. Muchas de las empresas que se han incorporado desde 2005 al grupo de las que presentan informes en este ámbito son entidades asociadas al boom energético que ha estado experimentando Canadá. A medida que crecen los sectores de energía y de extracción, también aumenta la preocupación por garantizar el crecimiento económico de forma que deje un legado social y ambiental positivo.

Las empresas suecas van por delante de la regulación. Las nuevas leyes aprobadas a finales de 2007 obligan a las 55 empresas estatales a publicar informes sobre su rendimiento ambiental, económico y social antes de 2009. Éste puede ser el motivo de que se haya triplicado el número de empresas que presentan informes de RSC en Suecia durante los últimos tres años.

Integración cada vez mayor

Ha aumentado el número total de informes publicados por separado en Australia (14 informes nuevos), Noruega (10), Finlandia (10), Sudáfrica (8) y Francia (7), mientras que en Dinamarca no ha habido ningún incremento y el número de informes publicados permanece constante en 22 empresas. Sin embargo, las empresas de estos países son algunas de las primeras en integrar sus informes de responsabilidad corporativa en los informes anuales: el 12 por ciento de las empresas noruegas y francesas ya lo hacen, al igual que casi el 20 por ciento de las empresas más grandes de Sudáfrica. Las empresas de algunos de estos países fueron de las primeras en hacerlo, por lo que esta tendencia puede indicar que la integración de la información financiera y no financiera se extenderá en un futuro próximo. En Francia es habitual que las empresas que formen parte de grupos internacionales agreguen sus datos de responsabilidad corporativa en un único informe a escala global y, además, incluyan alguna información sobre responsabilidad corporativa en los informes financieros anuales a escala nacional.

Se estrenan con fuerza

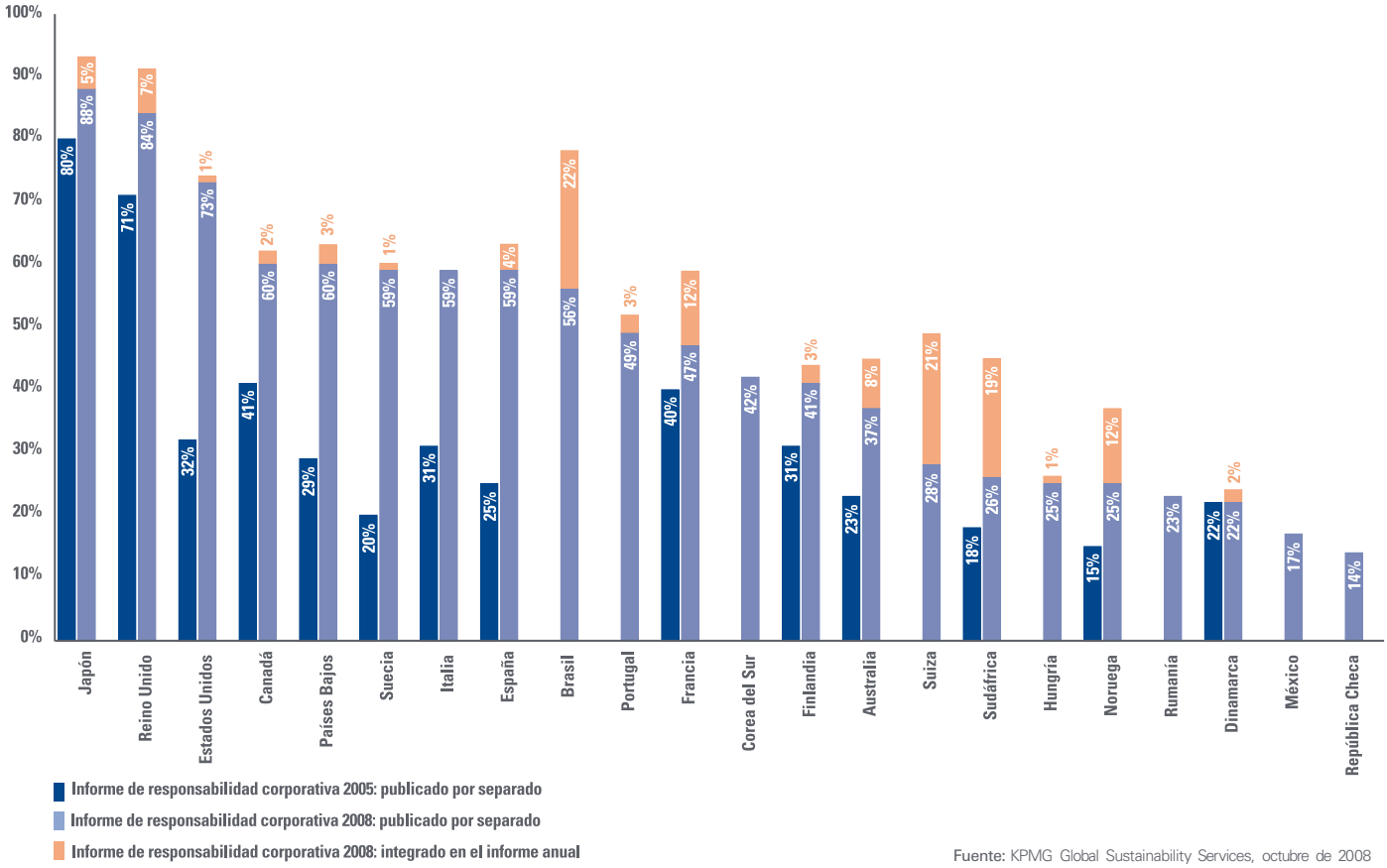
Brasil, Portugal, Corea del Sur y Suiza se han unido al estudio por primera vez este año y se sitúan en medio de la clasificación con 56, 49, 42 y 28 informes publicados por separado, respectivamente. Les sigue México con sólo el 17 por ciento de las empresas N100 que presentan informes de RSC, pero resulta significativo para un país que participa por primera vez en el estudio que casi una quinta parte de sus empresas presente este tipo de información por separado. Este dato también refleja una tendencia más marcada en cuanto a la presentación de informes de responsabilidad corporativa que empieza a arraigarse en México y en otros lugares de Latinoamérica.

El despertar de Europa oriental

Aunque las cifras son, en comparación, bajas en Hungría, Rumanía y la República Checa, ya que sólo una cuarta parte o menos de las empresas N100 presentan informes de RSC, KPMG cree que es ésta la región a la que hay que prestar más atención.

Las empresas están dispuestas a demostrar que están a la altura de las expectativas de la Europa occidental en materia ambiental y de derechos humanos. Los primeros en actuar en esta región ya se están diferenciando de sus competidores en los mercados locales y globales en materia de responsabilidad corporativa y la presentación de informes es el canal del que se pueden servir para demostrar sus mejores prácticas en su sector de actividad.

Gráfico 3.3 Empresas con informes de responsabilidad corporativa independientes e integrados en los informes anuales - 2005 a 2008 (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

Durante los próximos años podríamos esperar que la presentación de informes de RSC por parte de empresas de Estados Unidos, España, Países Bajos, Italia, Canadá, Suecia y Brasil siga la misma tendencia observada en Japón y el Reino Unido, es decir, que avance hacia el umbral del 100 por cien. Las empresas brasileñas influirán en gran medida a sus homólogos y competidores del resto de Latinoamérica, por lo que se prevé que la práctica se asiente en esta región. A medida que avanza la apertura y el crecimiento de las economías de Europa Central y del Este, el compromiso con la responsabilidad corporativa será cada vez mayor. Como consecuencia, las perspectivas para la presentación de informes son positivas en esta región.

El tiempo dirá si la información sobre responsabilidad corporativa se integrará en los informes anuales, como se ha observado en Brasil, Suiza, Sudáfrica, Francia, Noruega, Australia y otros países, o si permanecerá la práctica de publicar informes por separado. Creemos que el potencial de la regulación, junto a la tendencia de los grupos de interés económicos (inversores, clientes) a exigir una mayor información social y ambiental podría fomentar la integración generalizada de la información sobre responsabilidad corporativa en los informes anuales.

Sin embargo, si continúa aumentando la tendencia hacia la integración, sería recomendable que las empresas siguieran desarrollando sus estrategias de comunicación de forma acorde con esta realidad. La presentación de información es más que un simple libro, sitio web o una recopilación de datos; es un proceso continuo que debe implicar y reflejar las necesidades de los grupos de interés. La integración de información sobre responsabilidad corporativa en los informes anuales puede satisfacer las necesidades de algunos grupos de interés pero es posible que excluya otros. El reto que se plantea de cara al futuro es presentar la información adecuada a los grupos de interés adecuados, y en el momento y modo adecuados.

Capítulo 3

El estado de los informes de responsabilidad corporativa en 2008

3.3 Integración de los informes de responsabilidad corporativa en los informes anuales

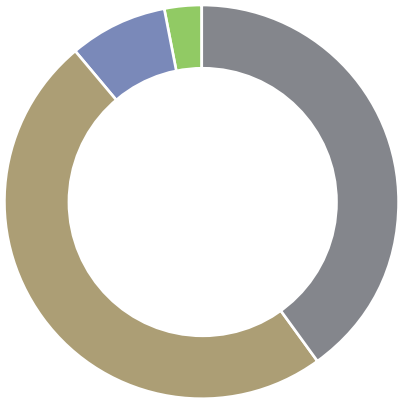
Una de las tendencias más estudiadas en los informes durante los 15 últimos años ha sido el nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes financieros anuales. Muchos defensores de los informes de responsabilidad corporativa sostienen que dichos datos ayudan a analistas, inversores, directivos, consejos y otros usuarios de los informes anuales a obtener una perspectiva más tridimensional del valor actual de la empresa y del futuro potencial.

A principios de esta década aparecieron indicios de la creación de una tendencia hacia la integración total de los datos económicos, ambientales y sociales en los informes financieros anuales, a medida que algunas empresas empezaban a probar esta técnica. Los resultados del estudio (véase el gráfico 3.3) parecen indicar que se está consiguiendo un progreso importante en este sentido, como lo demuestra que, por ejemplo, un 20 por ciento de las empresas N100, provenientes de Brasil y Sudáfrica, integren este tipo de información, y que el porcentaje en Suiza, Francia, Australia y Noruega no es mucho menor.

Sin embargo, en líneas generales, la integración de esta información en los informes anuales de las empresas G250 y las empresas N100 sigue siendo algo eventual, y no lo habitual. Sólo una pequeña parte de las empresas N100 (nueve por ciento), e incluso menos en las empresas G250 (ocho por ciento), realizan esta práctica hasta la fecha (véanse los gráficos 3.4 y 3.5).

A pesar de los bajos niveles de integración, casi la mitad de las empresas G250 que publican informes de responsabilidad corporativa por separado hacen referencia a datos clave ambientales y sociales en sus informes anuales, porcentaje que se sitúa en el 30 por ciento en el caso de las empresas N100. Esto refleja el creciente interés y el aumento en la demanda de datos de sostenibilidad por parte de analistas, inversores y directivos.

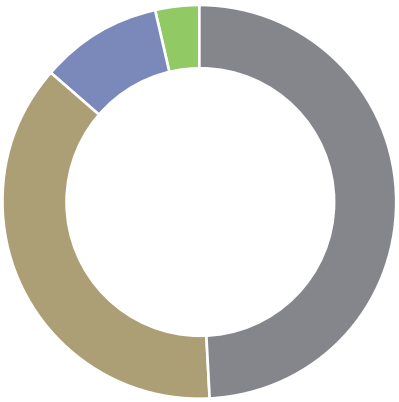
Gráfico 3.4 Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes anuales (empresas G250)



Nada integrada	40%
Limitada (un único apartado de RC en los informes anuales)	49%
Combinada (información de RC combinada con los informes anuales)	8%
Completamente integrada (información de RC completamente integrada en los informes anuales)	3%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 3.5 Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes anuales (empresas N100)



Nada integrada	55%
Limitada (un único apartado de RC en los informes anuales)	33%
Combinada (información de RC combinada con los informes anuales)	9%
Completamente integrada (información de RC completamente integrada en los informes anuales)	3%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

Si bien están aumentando las referencias a la responsabilidad corporativa en los informes anuales, la mayoría de estos informes se publican todavía sin ningún tipo de información social ni ambiental. A medida que aumente el número de informes de responsabilidad corporativa en la próxima década, prevemos que crecerán las exigencias y la aptitud de los lectores de informes financieros habituales –como es el caso de la comunidad inversora- a la hora de exigir una mayor información de contenido social y ambiental. Los avances que se hacen necesarios son, entre otros, la estandarización de los parámetros de información, la disponibilidad de datos comparativos de varios años entre empresas de distintos países y sectores, la existencia de datos sólidos y fiables y la adopción del lenguaje eXtensive Business Reporting Language (XBRL) u otros medios para transferir datos en tiempo real a los analistas.

3.4 Más allá de la tendencia: principales factores que influyen en la elaboración de informes

Las empresas más destacadas del mundo no se involucrarían de la manera en que lo hacen en la elaboración de estos informes si no les reportara valor. La tendencia no aumentaría de forma tan pronunciada si no hubiera un claro argumento empresarial en la elaboración de estos informes. El estudio ha recopilado los principales factores que impulsan a las empresas a realizar este tipo de informes, con datos aportados por las 250 empresas más grandes del mundo en sus informes o en sus sitios web. (Véanse los resultados en el gráfico 3.6.)

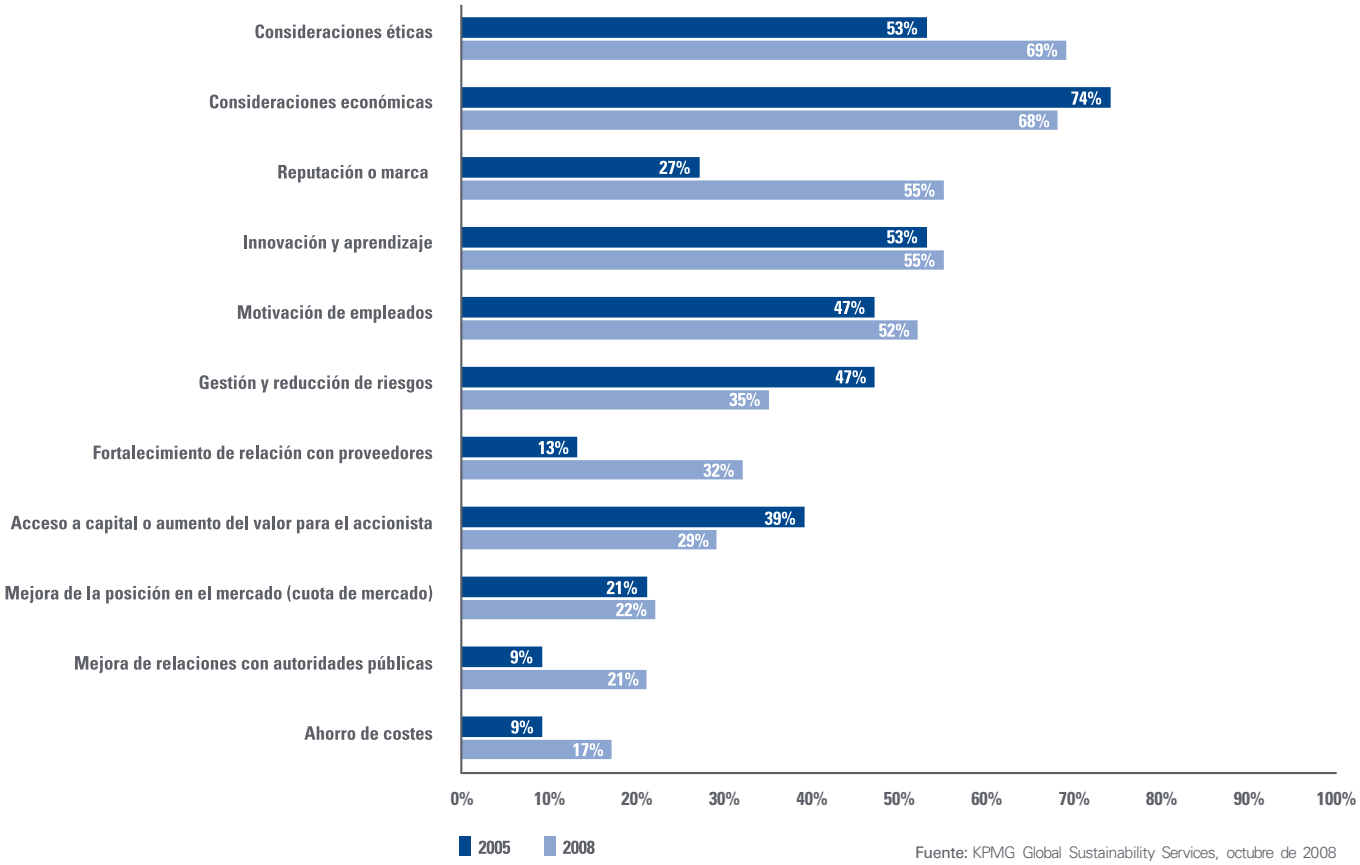
Consideraciones éticas y económicas

Al igual que en años anteriores, los factores que motivan con más frecuencia la presentación de estos informes son de tipo ético y económico. A pesar de que estas respuestas son bastante genéricas, indican que las empresas son conscientes de que operan en un contexto en el que desempeñan una función fundamental para conseguir unas sociedades, unas economías y unos ecosistemas saneados – y también son conscientes de que mantener y mejorar estos entornos de actuación redunda en su propio beneficio.

Las consideraciones éticas representan un factor clave en, aproximadamente, el 70 por ciento de las empresas, frente al 53 por ciento del estudio anterior. Durante los tres últimos años se han producido decenas de escándalos contables, ambientales, de gobierno corporativo y de derechos humanos, que han mermado[7] la confianza y han aumentado la importancia del desarrollo sostenible en las agendas de las empresas.

7 Véase Edelman's Trust Barometer 2008, www.edelman.com/trust/2008/

Gráfico 3.6 Factores de desarrollo de informes de responsabilidad corporativa (empresas G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 3

El estado de los informes de responsabilidad corporativa en 2008

Curiosamente durante este mismo periodo, la gestión de riesgos ha perdido peso para las empresas G250 a la hora de elaborar informes de responsabilidad corporativa, y ha disminuido 12 puntos porcentuales, de un 47 por ciento a un 35 por ciento. Este dato contrasta con el aumento en las respuestas relativas a la marca y la reputación (que casi se han duplicado, de un 27 por ciento a un 55 por ciento) y el alto porcentaje registrado por factores como el aprendizaje y la innovación (55 por ciento). Esto puede ser un indicio de que las empresas están adoptando medidas proactivas para adaptarse a los retos sociales y económicos actuales. La marca y la reputación resultan difíciles de cuantificar o interpretar, pero estos resultados parecen indicar que las empresas son conscientes de que evitar o no gestionar correctamente sus responsabilidades sociales y ambientales puede ser perjudicial para el valor de su marca.

Las relaciones con los grupos de interés, un factor clave

Las conclusiones del estudio revelan también la importancia de las relaciones de las empresas con los distintos grupos de interés y cómo pueden mejorar gracias a estos informes. Las relaciones con consumidores y empleados son las más importantes según los encuestados y han aumentado en importancia frente a 2005, dado que más de un 50 por ciento señala que mejorar las relaciones con ambos representa un motivo fundamental para la presentación de informes. A pesar de que sólo un 21 por ciento de las empresas señalaron como importantes las relaciones con las autoridades públicas, esta cifra es casi el doble que en 2005 e indica que los gobiernos dan cada vez más prioridad al desarrollo sostenible en general. Un cambio fundamental desde 2005 son también las relaciones con los proveedores, que han aumentado del 13 por ciento al 32 por ciento, lo que puede ser un indicio de que las empresas sean conscientes de que su responsabilidad ha aumentado, especialmente para las 250 empresas más grandes del mundo.

El porcentaje de empresas que señalan a los inversores como un factor clave para la elaboración de informes ha disminuido 10 puntos porcentuales, del 39 por ciento al 29 por ciento. Este dato parece ser contrario a las tendencias que se detallan en el gráfico 3.3, que indican un aumento lento pero constante en la integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes financieros anuales. A pesar de que el ahorro en costes no se suele citar como factor, este porcentaje casi se ha duplicado en los tres últimos años, lo cual indica que es posible ahorrar en costes si se dispone de sistemas de gestión y valoración que respalden el proceso de elaboración de informes.

Tendencias nacionales

En el caso de las empresas N100, las conclusiones son similares a las de las empresas G250. Las empresas de 16 de los 22 países estudiados citaron dos de los tres factores más señalados: consideraciones éticas, consideraciones económicas y reputación/marca. Las únicas excepciones han sido Francia, Noruega y Rumanía, que citaron la posición en el mercado como uno de sus dos factores principales, mientras que Japón, México y Portugal citaron la innovación y la motivación de los empleados como sus dos factores principales. Es curioso que en Noruega, 40 de las 100 empresas estudiadas citaran las relaciones con las autoridades públicas como un factor importante – una de los tres cuestiones más comentados en dicho país.

Para las empresas N100 resulta menos importante la oportunidad de aprender e innovar a través de su compromiso con la responsabilidad corporativa, con un 44 por ciento frente al 55 por ciento de las empresas G250. El factor de la marca ha aumentado de forma considerable para las empresas N100, dado que un 70 por ciento de ellas lo citan como factor clave. La gestión de riesgos continúa obteniendo un porcentaje bastante alto, con un 40 por ciento, lo que indica que, a diferencia de las empresas G250, las empresas N100 siguen considerando los informes y la responsabilidad corporativa como una herramienta de gestión de riesgos y no una forma de conseguir oportunidades e innovación.

Análisis de KPMG

El proceso de elaboración de informes continúa siendo una oportunidad aún sin explotar para desarrollar importantes relaciones y entender mejor a los principales grupos de interés de las entidades. Esperamos que esta capacidad para desarrollar relaciones siga ganando importancia como factor que motive la elaboración de estos informes. Una tendencia importante que comienza a vislumbrarse la constituyen las relaciones con la cadena de abastecimiento; prueba de ello es que las empresas G250, y en cierta medida las empresas N100, están exigiendo cada vez más información sobre la forma de producción de sus productos y servicios a las entidades que participan en su cadena de abastecimiento.

A pesar de que ha disminuido el porcentaje de empresas G250 que consideran la gestión de riesgos como un factor clave para la elaboración de informes, creemos que no es ni mucho menos casual que el aprendizaje y la innovación aumenten en importancia como principal motivación para la elaboración de estos informes. La responsabilidad corporativa resulta de mayor valor cuando se adopta en el marco de un enfoque proactivo, innovador y a largo plazo.

"Me complace poder compartir algunas de mis reflexiones sobre el último informe de KPMG acerca de los informes de responsabilidad corporativa. Hemos progresado mucho desde los días en los que apenas eran un puñado las empresas que presentaban este tipo de informes, lo cual resulta especialmente gratificante. De hecho, los informes de sostenibilidad son un requisito fundamental para poder ser miembro del World Business Council for Sustainable Development.

De cara al futuro, existen tres cuestiones fundamentales que los informes de sostenibilidad deben tomar en consideración. En primer lugar, los informes de sostenibilidad deben abordar las cuestiones de sostenibilidad que resulten relevantes para la empresa.

En segundo lugar, los informes de sostenibilidad deben ser parte intrínseca de la gestión del desempeño de la empresa. Es necesario que esta información vaya incluyéndose cada vez más en los informes globales de resultados anuales de las empresas, y no en informes de sostenibilidad por separado.

En tercer lugar, es necesario tener presente que los distintos grupos de interés tienen distintas necesidades de información. Inversores y analistas financieros, por ejemplo, tendrán distintos requerimientos de información que los empleados o las comunidades locales.

Al abordar estas tres cuestiones de forma coherente e integral, se logrará poner en valor los informes de sostenibilidad, lo cual redundará en beneficio de las empresas y de la comunidad en general."

Bjorn Stigson
Presidente, Presidente del World Business Council for Sustainable Development

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

Puntos importantes del capítulo

- El 75 por ciento de las empresas G250 cuentan con una estrategia de Responsabilidad Corporativa que incluye objetivos definidos.
- Más de la mitad de las 250 compañías más grandes del mundo revelan públicamente nuevas oportunidades de crecimiento de negocio y/o el valor financiero de la responsabilidad corporativa.
- El 63 por ciento de las empresas G250 emplean un enfoque estructurado para dialogar con los grupos de interés, un porcentaje superior al 33 por ciento que lo hacía en 2005.
- Más de tres cuartos de las empresas G250 y cerca del 70 por ciento de las N100 aplican la Guía GRI para la elaboración de su informe.
- La mayoría de las compañías no utilizan canales existentes como las asambleas anuales (AGMs por sus siglas en inglés) y presentaciones con los inversores, para involucrar tanto a analistas como a inversores en materia ambiental y social.
- El 60 por ciento de las compañías encuestadas consultan con sus grupos de interés y/o utilizan la Guía GRI, como base para determinar el contenido de sus informes.

4.1 Estrategia y Objetivos

La realización de informes es sólo un componente más dentro de un enfoque estratégico de gestión de la responsabilidad corporativa, el cual incluye otros elementos esenciales como la definición de la estrategia, el desarrollo y la implementación de políticas y procedimientos y la evaluación del desempeño.

La publicación de informes de Responsabilidad Corporativa ha sido criticada durante años por parecer un ejercicio de relaciones públicas, más que una reflexión sobre el compromiso real de la compañía. Este año, la encuesta se amplió con el objetivo de presentar un análisis más matizado, e ir más allá del concepto de informe como una mera muestra del compromiso corporativo en temas sociales y ambientales.

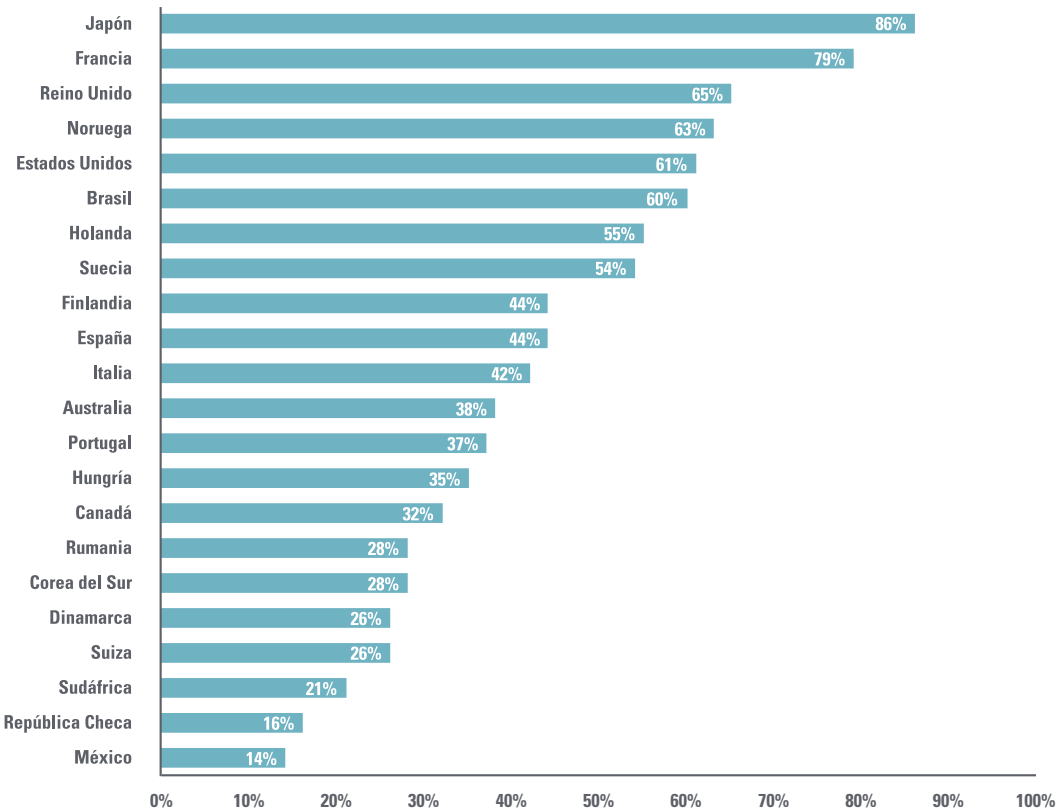
En este caso, la encuesta ha evaluado si la elaboración y publicación de informes de responsabilidad corporativa por parte de compañías líderes, está ligado o no a enfoques de gestión y estrategias corporativas de mayor alcance.

La Gran Foto

Cerca del 75 por ciento de las empresas del G250 comunican públicamente una estrategia de sostenibilidad que incluye objetivos establecidos (ver Tabla 4.1). La mayoría de estas compañías, también ha elaborado un informe de responsabilidad corporativa supuestamente basado en su estrategia central. Los resultados del estudio revelan que sólo 37 empresas G250 que publican informes carecen de una estrategia global de responsabilidad corporativa mientras que sólo 13 de las compañías que publican una estrategia no editan un informe.

Como grupo, las empresas N100 van a la zaga de las G250, empezando a tener estrategias de responsabilidad corporativa. Sólo algo más del 40 por ciento de las empresas N100 analizadas revela su estrategia y objetivos de responsabilidad corporativa. Existen 302 compañías que publican informes pero no cuentan con una estrategia definida. En cambio, 145 poseen una estrategia sostenible comunicada públicamente pero no divulgan informes de responsabilidad corporativa.

Gráfico 4.1
Empresas con una estrategia de responsabilidad corporativa disponible públicamente, por país (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

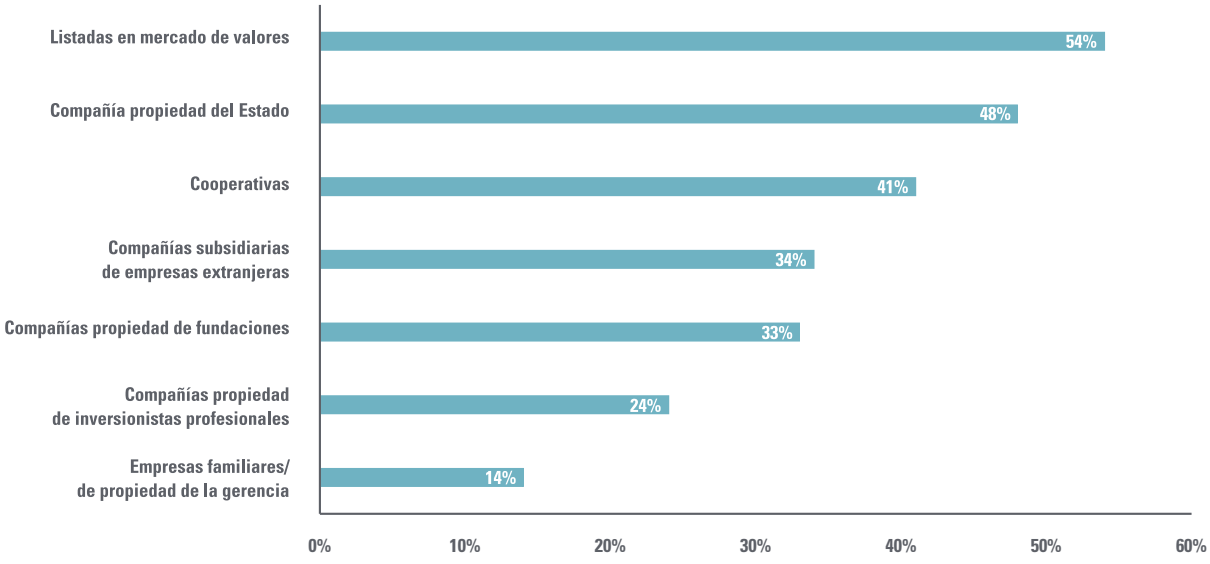
Cuando la muestra del N100 es desglosada por país, quedan patentes amplias diferencias. Japón, como puede observarse en la gráfico 4.1, es líder con un 86 por ciento de compañías empleando estrategias y objetivos de responsabilidad corporativa. Sin embargo, el Reino Unido, se encuentra 20 puntos por debajo con sólo un 65 por ciento. Francia no está muy lejos de Japón, posiblemente indicando que la participación de entes reguladores o de la bolsa, fomentando la comunicación de información social y ambiental, ayuda a acelerar el desarrollo de un enfoque estratégico de responsabilidad corporativa.

Cerca de la mitad de las compañías en Suecia, Holanda, Brasil, Estados Unidos y Noruega divulgan informes dentro del contexto de una estrategia general de responsabilidad corporativa. Quizás sea sorprendente descubrir que algunos países que encabezan la tabla del gráfico 3.3 se encuentran en la parte inferior de la tabla de estrategia (gráfico 4.1) – Sudáfrica, Suecia, Canadá, y Australia. Esto podría indicar que aunque en algunos países la elaboración de informes de RSC se ha expandido rápidamente a través de las empresas N100, el desarrollo de un sistema completo de gestión de responsabilidad corporativa está requiriendo más tiempo.

Preservando asuntos confidenciales

La fuente de inversión de una compañía es una variable clave que afecta el predominio de estrategias de responsabilidad corporativa, particularmente dentro del grupo N100. La mayoría de las compañías públicas y aquellas de propiedad del Estado cuentan con estas estrategias (54 por ciento y 48 por ciento respectivamente; ver gráfico 4.2). Esto probablemente se deba al resultado de la inminente regulación, el renombre de estas marcas, la implicación de los accionistas y la concienciación política, así como al grado de compromiso con la responsabilidad corporativa de este tipo de compañías.

Gráfico 4.2 Empresas con una estrategia de responsabilidad corporativa disponible públicamente, por propiedad (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

En cuanto a las cooperativas y las compañías que son propiedad de fundaciones, sus resultados se ubican en la mitad de la tabla con un 41 por ciento y un 33 por ciento respectivamente. Aunque este indicador no ha sido rastreado históricamente, posiblemente señala que las empresas administradas o poseídas por una comunidad y organizaciones filantrópicas son las que más comúnmente adoptan y desarrollan estrategias de responsabilidad corporativa. Esto puede ser explicado por sus vínculos económicos con la comunidad y la consideración de que el éxito del negocio está correlacionado con el éxito de las sociedades en las que operan.

Las compañías de propiedad familiar y de propiedad privada no presentan la misma rendición de cuentas al público de sus actividades de negocio, específicamente de sus resultados financieros. Esta ausencia general de transparencia y rendición de cuentas, explica la relativamente baja preponderancia de estrategias y objetivos de responsabilidad corporativa. Esto puede ser interpretado como una prueba de que no consideran la responsabilidad corporativa como un aspecto clave del negocio o simplemente de que no publican esta información.

Promesas superficiales o cambio profundo

A la hora de evaluar el compromiso de una compañía con su estrategia de responsabilidad corporativa, este estudio consideró:

- Si la estrategia tiene objetivos definidos;
- Si han sido definidos indicadores clave de desempeño como un modo de observar el desempeño frente a los objetivos definidos;
- Si la información de estos indicadores está disponible.

Ver Tabla 4.1 de resultados de la encuesta.

Los indicadores de desempeño son parámetros mediante las cuales una compañía puede medir su progreso frente a objetivos definidos. De las 184 empresas G250 que definen objetivos de responsabilidad corporativa, el 89 por ciento cuenta con indicadores de desempeño. De éstas, el 81 por ciento actualmente provee información sobre el progreso en relación a los objetivos.

En este sentido, las empresas N100 que han definido objetivos lo hacen, como las empresas G250, para medir su desempeño. El 80 por ciento de las compañías que cuentan con objetivos tienen indicadores de desempeño y el 80 por ciento provee información actual relativa a su progreso. Esto podría indicar que las compañías que se inclinan por desarrollar objetivos específicos de responsabilidad corporativa miden comúnmente su progreso para alcanzarlos.

Como puede observarse en el gráfico 4.2, es menos común que las compañías de propiedad privada posean una estrategia de responsabilidad corporativa. No es sorprendente que este grupo también se quede atrás en la identificación de indicadores y publicación de información.

Tabla 4.1 Empresas con estrategia de responsabilidad corporativa, objetivos, indicadores e información (G250 y N100)

Población	Estrategia con objetivos identificados	Indicadores de desempeño ligados a objetivos	Información proporcionada por indicadores de desempeño
G250 (total 250)	73%	65%	60%
N100 (total 2170)	43%	38%	34%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

Plan de negocios cuantificado

Cuando se cuenta con estrategias de responsabilidad corporativa, particularmente en la comunidad del G250 en donde los objetivos están definidos y su progreso está cuantificado, las empresas deben ser capaces de medir, por lo menos, el valor de sus compromisos estratégicos.

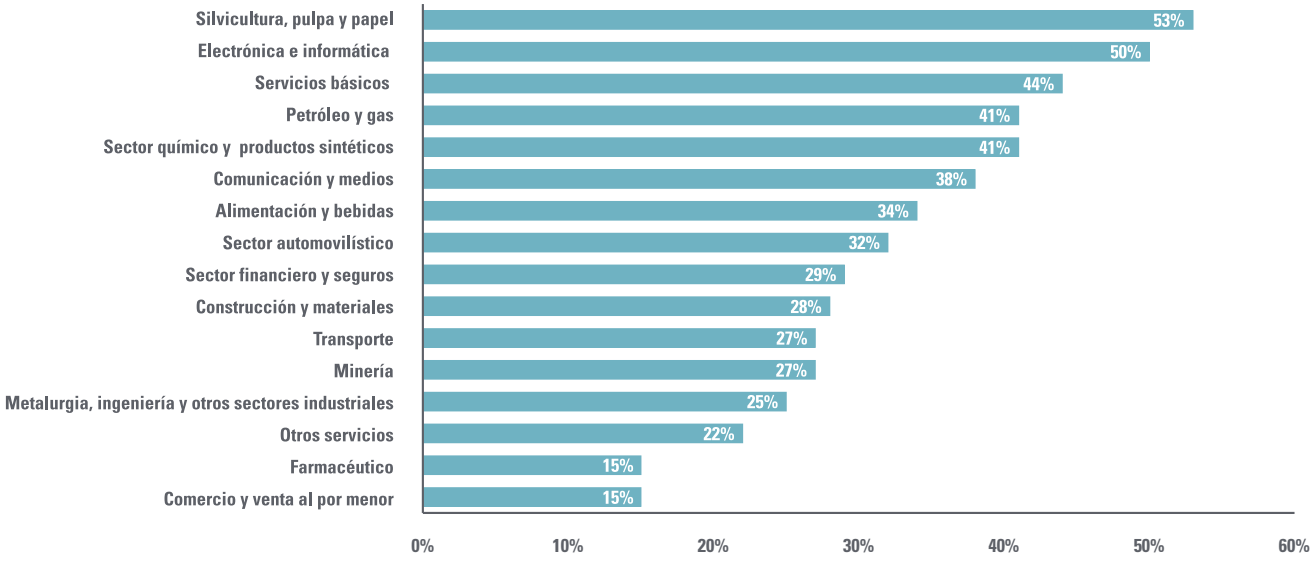
En efecto, el 54 por ciento del G250 ha publicado oportunidades de negocio y/o el valor financiero de la responsabilidad corporativa. Este valor puede darse en términos de ahorros en la línea base, como resultado de la eficiencia o de una aversión al riesgo, o en el crecimiento de los ingresos brutos debido a innovaciones en productos y servicios como respuesta directa a los retos sociales y ambientales.

Las empresas N100 van a la zaga, aunque no demasiado lejos considerando el ritmo general de desarrollo de sistemas de gestión de responsabilidad corporativa en esta población. El 31 por ciento de las empresas N100 está publicando las oportunidades de negocio o de valor financiero de la responsabilidad corporativa.

Desglosando el resultado por sectores, en el N100 se revela que más del 50 por ciento de las compañías forestales y electrónicas están reportando valor del negocio (ver gráfico 4.3). Es interesante ver que la primera posición se encuentra compartida por sectores con riesgos, oportunidades e historias tan diferentes en cuestiones de responsabilidad corporativa.

Un segundo grupo de compañías cae en el rango del 40 por ciento, incluyendo empresas de servicios básicos, petróleo y gas y, químicas.

Gráfico 4.3 Empresas que reportan sobre oportunidades de negocio/valor financiero de la responsabilidad corporativa, por sector (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

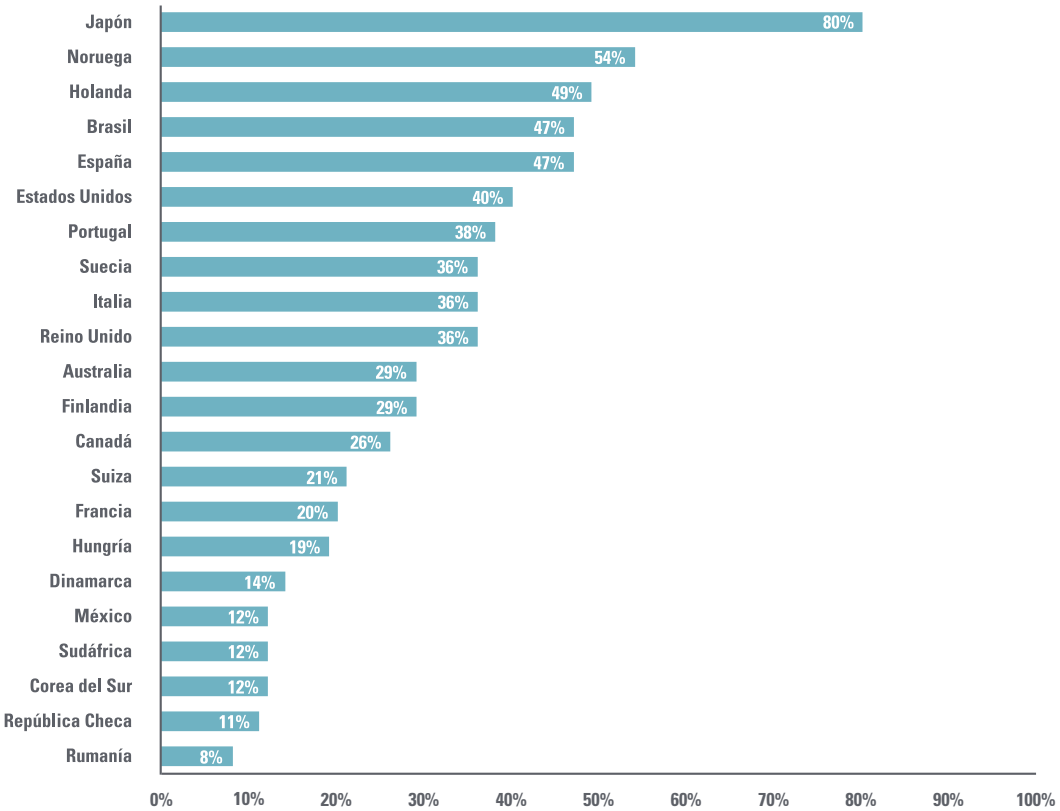
Tradicionalmente, éstos son los sectores más fuertes en aspectos de responsabilidad corporativa, específicamente en ambiente y clima. Este resultado indica probablemente que los líderes de estas industrias no sólo están respondiendo a las iniciativas de responsabilidad corporativa, sino que también se están beneficiando de ellas.

Todavía diversos sectores de alto impacto y económicamente dominantes, continúan teniendo bajo predominio, incluyendo el sector de automoción en el rango del 30 por ciento y los sectores financiero, construcción, transporte, minería y metalurgia, que se encuentran por debajo del 30 por ciento.

Aún más notable es la posición de los sectores farmacéutico y ventas al por menor, que se encuentran alrededor del 15 por ciento. Estos resultados son desalentadores considerando la alta exposición pública y preponderancia de temas de responsabilidad corporativa tales como las condiciones de trabajo en la cadena de abastecimiento y los asuntos ambientales.

En el caso de Japón, donde el 80 por ciento de las compañías puede cuantificar el plan de negocio en materia de responsabilidad corporativa, parece que las compañías han dejado de lado el enfoque de relaciones públicas y gestión de riesgos, y se han centrado en entender la RSC como parte integrada de su negocio. El Reino Unido, a pesar de mantener un ritmo similar al de Japón en términos de publicación de informes en cuanto al N100 (gráfico 3.3), queda atrás en más de 20 puntos porcentuales cuando se cuantifican los resultados de su estrategia de responsabilidad corporativa (gráfico 4.4).

Gráfico 4.4 Empresas que reportan sobre oportunidades de negocio/valor financiero de la responsabilidad corporativa, por país (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

Es interesante ver cómo en economías poderosas tales como las de Brasil, Estados Unidos y España, sólo cerca del 40 por ciento de las compañías tiene un valor financiero calculado.

Francia y Suiza, líderes en presentación de datos de responsabilidad corporativa junto con la información financiera anual a analistas e inversores (gráfico 3.3), se encuentran por detrás en cuanto a su capacidad para divulgar planes de negocio de responsabilidad corporativa.

También es interesante observar que algunos países con altos porcentajes de presentación de informes se encuentran por debajo de la media, particularmente Canadá, Australia, Finlandia y Suecia.

Análisis de KPMG

Las empresas G250 han empezado a ir más allá de simplemente hacer declaraciones públicas sobre cuestiones sociales y ambientales y están implementando estrategias que incluyen objetivos detallados, indicadores de desempeño e informes de progreso frente a sus objetivos. El creciente uso de la verificación, según lo detallado en el Capítulo 6, apoya esta tendencia. Muy pocas empresas G250 y escasamente las N100, publican un informe de sostenibilidad cuando carecen de una estrategia global con objetivos definidos. Esto aumenta las posibilidades de que los informes actúen como verdaderas reflexiones del desempeño de la compañía en materia de responsabilidad corporativa.

Teniendo en cuenta que poco más de la mitad de las empresas G250 miden el valor de negocio derivado de integrar la responsabilidad corporativa en sus operaciones, pensamos que un cambio irreversible está cerca. Las críticas al plan de negocio de responsabilidad corporativa y a la presentación de informes se están dejando de lado, mientras que la implementación de estrategias de responsabilidad corporativa y el compromiso con ellas parecen dar resultados.

Segregando la muestra de las N100 por sector y país, se observa un distanciamiento de la gestión de riesgos reactiva hacia un enfoque estratégico y proactivo. Empresas en países como Francia, España, Canadá, Suiza y otros, donde la presentación de informes se ha acelerado en los últimos tres años, parecen haber respondido a la demanda de divulgación, más no siempre han sido capaces de establecer estrategias globales, ni de cuantificar el valor de su compromiso con la responsabilidad corporativa al mismo ritmo. Las compañías japonesas parecen ser las más consistentes, la mayoría de los informes se presentan bajo un contexto de estrategia de sostenibilidad, a la vez que cuantifican el valor de la responsabilidad corporativa. A las compañías de otros países les convendría seguir el ejemplo maximizando el valor del compromiso con la responsabilidad corporativa.

4.2 Gestión y Marco de Referencia

Las mejores estrategias son ineficientes a menos que existan sistemas de gestión robustos que garanticen su implementación coherente y consistente.

La Tabla 4.2 muestra una diferencia interesante en el grupo de los G250: el 64 por ciento revela que ha establecido sistemas de gestión, medición, y publicación de informes de responsabilidad corporativa, sin embargo el gráfico 3.2 muestra que el 79 por ciento divulga informes de sostenibilidad. Esto deja alrededor de 35 compañías que reportan sin un sistema de publicación, medición y presentación de información. Sin un enfoque sistemático para gestionar y supervisar las iniciativas de responsabilidad corporativa, estas compañías se encuentran en riesgo de generar informes que no reflejen su desempeño real.

La diferencia es más estrecha en el grupo de las N100, donde el 45 por ciento publica informes de sostenibilidad y el 41 por ciento cuenta con un sistema de gestión, medición, y presentación de información.

Tabla 4.2: Elementos del Sistema de Gestión de Responsabilidad Corporativa (G250 y N100)

Población	Estrategia con Objetivos Identificados (Tabla 4.1)	Sistema de Gestión y Medición	Informe de Responsabilidad Corporativa (Gráfico 3.2 y 3.3)
G250 (total 250l)	73%	64%	79%
N100 (total 2170)	43%	41%	45%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Marco Normativo para Responsabilidad Corporativa

Los estándares y códigos de responsabilidad corporativa desarrollados, ya sea por gobiernos o en procesos con diversos grupos de interés, pueden guiar a las compañías en el desarrollo de su estrategia y sistema de gestión. Algunos, como los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, proporcionan las bases para temáticas sociales y ambientales bajo la ley internacional.

El uso de estas normas en la empresa es cada vez mayor, sobre todo respecto al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ver gráfico 4.5). En el grupo de las empresas G250, la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Convenios de la OIT y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas aumentó cinco puntos porcentuales desde 2005, hasta alcanzar el 21, el 24 y el 40 por ciento, cada año respectivamente.

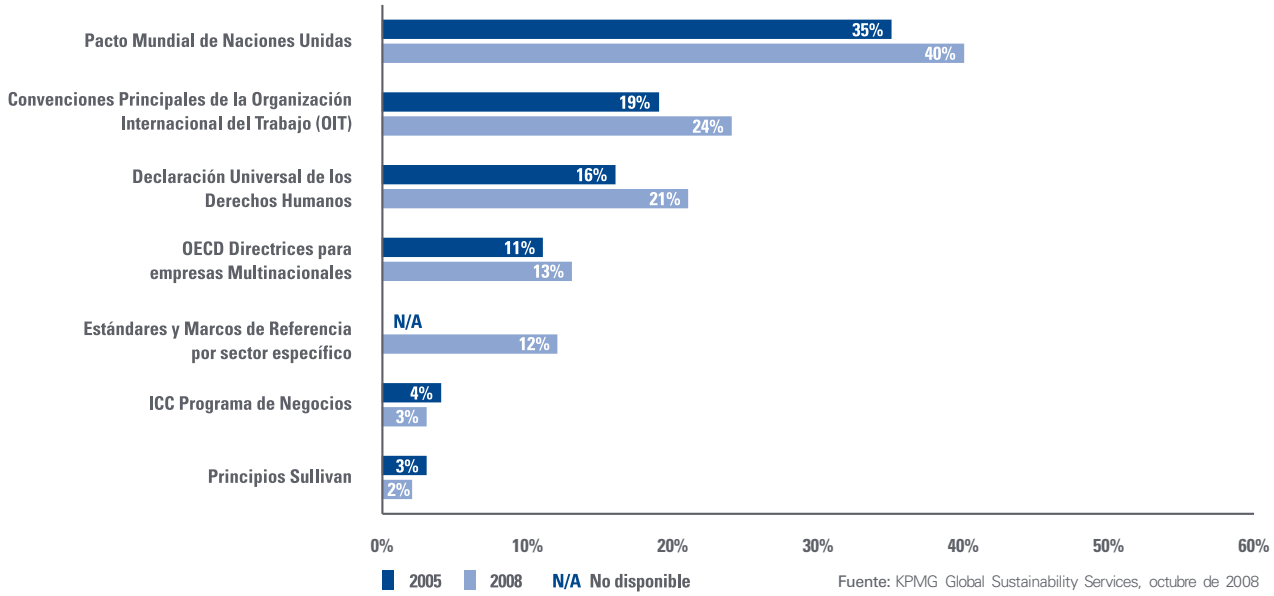
"A medida que la integración global avanza, me alienta el hecho de que un número creciente de empresas se dé cuenta de que el éxito en el mercado y la capacidad de gestionar proactivamente temáticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo son dos caras de la misma moneda, y que la divulgación y presentación de informes pueden ser el medio para lograr una mayor sostenibilidad. A pesar de que los planes de negocios para estrategias sólidas, el buen comportamiento ético y la presentación de informes están ganando transparencia, es evidente que falta mucho por hacer. La ciencia nos dice que los principales problemas están por delante, mientras la voluntad política de apertura y no discriminación de mercados e inversiones se está debilitando en muchas partes del mundo. Es evidente que tenemos que redoblar esfuerzos para que el buen desempeño se traduzca en un mercado más sostenible y una mejor inclusión social".

Georg Kell
Director Ejecutivo,
Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

Gráfico 4.5 Marcos de Referencia Internacional utilizados por las empresas G250 (2005-2008)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Enfocados en los Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador son un conjunto de directrices desarrolladas para guiar a las instituciones financieras en la consideración de temáticas sociales y ambientales, en la financiación de grandes proyectos como presas, carreteras y otras infraestructuras. Este marco de referencia fue citado por el 42 por ciento de las instituciones financieras en el grupo G250, y por el 19 por ciento del grupo de los N100, los cuales lo consideran influyente en el diseño de sus procedimientos de aprobación para la financiación de proyectos.

Más información:
www.equator-principles.com

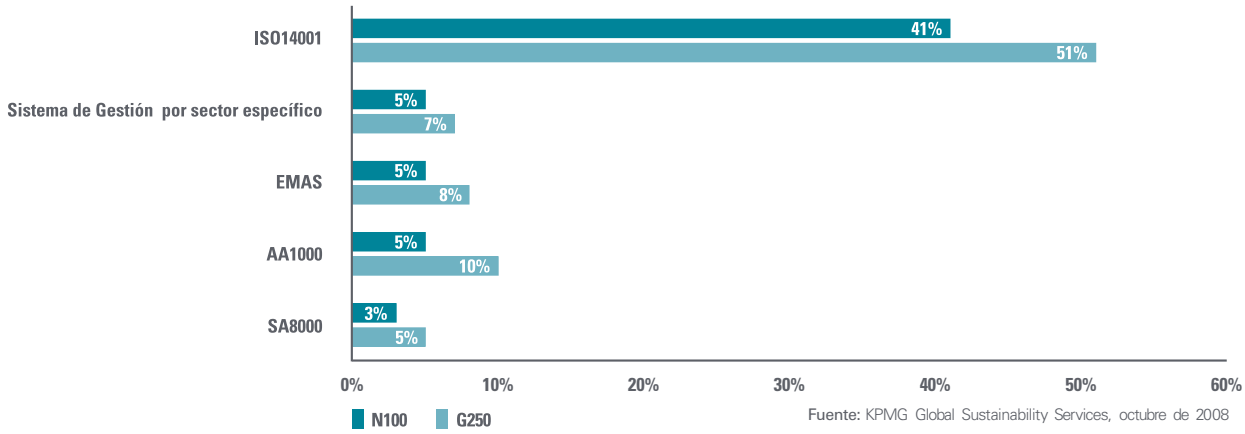
Alrededor de una quinta parte de las compañías del N100 declaró su participación en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, e incluso menos (aproximadamente 15 por ciento) citó los Convenios de la OIT y la Declaración Universal de Derechos Humanos como fuentes de orientación para sus sistemas. Esto podría ser un reflejo de la debilidad de los vínculos con la comunidad internacional o podría indicar una preferencia por marcos de referencia y códigos nacionales o sectoriales.

Una minoría de las empresas G250 y N100 estudiadas aplican otras referencias como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las Directrices para Empresas Multinacionales, la Cámara de Comercio Internacional (ICC, por sus siglas en inglés), la Carta de las Empresas para un Desarrollo Sostenible y los Principios Globales de Sullivan de Responsabilidad Social (GSP, por sus siglas en inglés).

Estándares de Gestión en Responsabilidad Corporativa

El sistema de gestión ambiental, emitido por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), conocida como ISO 14001, es el sistema más utilizado por las compañías.

Gráfico 4.6 Estándares de Gestión y guías utilizadas por las empresas (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Más del 50 por ciento de las empresas G250 (ver gráfico 4.6) y más del 40 por ciento de las N100 lo usan.

Otros estándares voluntarios para la gestión ambiental, los derechos humanos, y la gestión laboral son usados en promedio por cerca del 5 por ciento de las empresas G250 y N100.

El único cambio notable desde 2005 es el uso de la serie AccountAbility AA1000, citada por el 5 por ciento de las empresas G250 durante 2005 y por el 10 por ciento durante 2008.

Análisis de KPMG

Aunque casi todas las empresas G250 que emitieron informes de responsabilidad corporativa tenían una estrategia, algunas contaban con un sistema de medición y gestión. Esto podría indicar una diferencia entre las aspiraciones estratégicas y su implementación real, lo cual aumentó las posibilidades de "greenwash" en los informes. Esto sólo es aplicable a una minoría de las empresas G250 y es un área donde las empresas N100 superan a sus homólogos mayores. Pensamos que la tendencia se está moviendo hacia la madurez del sistema de gestión de responsabilidad corporativa, en el cual todos los elementos básicos del programa están presentes (Estrategia, Gestión, y Divulgación de Información).

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

4.3 Compromiso con los Grupos de Interés

Los negocios están influenciados por personas de dentro y fuera de la compañía, y éstos a su vez influyen en las circunstancias de las personas tanto dentro como fuera de la misma. Estos son conocidos como "grupos de interés" y las compañías se comunican con ellos a diario a través del curso normal de su actividad empresarial. Clientes, proveedores, autoridades reguladoras, comunidades vecinas, empleados, proveedores de capital, y muchos otros, tienen interés en la forma en que las compañías se conducen.

La comprensión de cómo impacta la empresa en la situación económica, ambiental y social de sus grupos de interés y viceversa, es elemento esencial de la responsabilidad corporativa. Con el fin de desarrollar un enfoque proactivo y estratégico, un sistema de gestión factible y de reporte de la información que ayude a cambiar las circunstancias para la mejora de todas las partes es el de integrar a los grupos de interés como una parte más del proceso. La identificación y el establecimiento de un orden de prioridades de los grupos de interés, así como la transparencia en cuanto a los grupos e individuos con los que la compañía tiene un compromiso, también son fundamentales en la construcción de credibilidad y confianza.

Un compromiso serio

Muchas de las empresas G250 participan en diálogos, tanto estructurados como informales, con los grupos de interés. El 54 por ciento comentó que se comunicaba con los grupos de interés mediante el diálogo informal, mientras que el 62 por ciento indicó que interactuaba mediante mecanismos formales o estructurados. Esto representa una duplicación de las empresas involucradas en comunicación formal respecto al 33 por ciento de 2005. Las empresas N100 están ligeramente menos involucradas; un 35 por ciento participa en diálogos informales con los grupos de interés y un 42 por ciento con acercamientos estructurados.

En sus informes de responsabilidad corporativa, el 65 por ciento de las empresas G250 revela detalles sobre quiénes son sus grupos de interés y la forma en que se relacionan. Esta tendencia va en aumento, partiendo de un 57 por ciento durante 2005, indicando una mayor transparencia e implicando una mayor satisfacción en relación con los grupos de interés. Menos de la mitad de las N100 emiten, en sus informes de responsabilidad corporativa, información sobre quiénes consideran sus grupos de interés (47 por ciento), dejándolas muy por detrás de sus homólogas mayores.

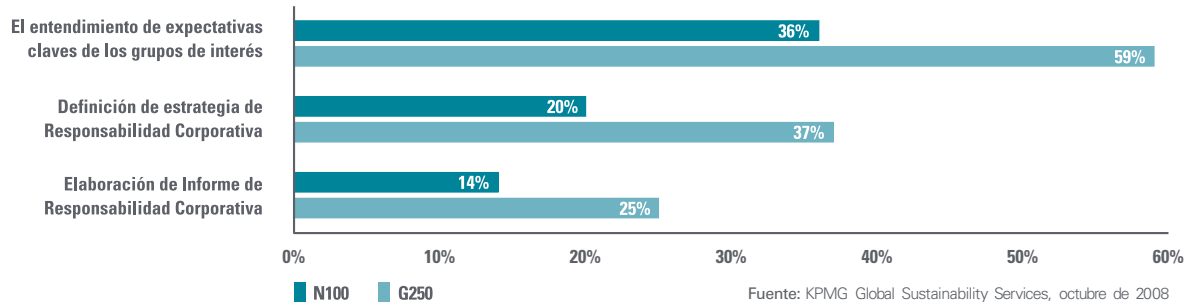
El propósito principal

De las empresas G250 que utilizan técnicas formales de interacción con los grupos de interés, la mayoría (59 por ciento) dice que lo hace para mejorar el entendimiento de las expectativas de los grupos de interés (ver gráfico 4.7).

Este es un paso importante en la dirección correcta, teniendo en cuenta que los datos históricos muestran la interacción estructurada con los grupos de interés como un fenómeno bastante nuevo y teniendo en consideración el hecho de que forjar buenas relaciones con los grupos de interés requiere tiempo.

Sólo el 37 por ciento de las empresas G250 y el 20 por ciento N100, dicen hacer uso del diálogo con los grupos de interés para ayudar a definir su estrategia de responsabilidad corporativa. Es ahí donde se encuentra una enorme oportunidad para las empresas para aprovechar mejor la información y los conocimientos que adquieren a partir de estos diálogos, sobre todo para tratar de reducir los riesgos y aprovechar las nuevas oportunidades de negocio en cuanto a responsabilidad corporativa.

Gráfico 4.7 Objetivo para establecer relaciones con los grupos de interés (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

El diálogo con los grupos de interés es un elemento importante en la elaboración de informes de Responsabilidad Corporativa. El 25 por ciento de las empresas G250 y el 14 por ciento de las N100 afirman utilizar la retroalimentación de los grupos de interés para la presentación de informes. Desde cierta perspectiva estas cifras pueden considerarse positivas, ya que pueden indicar que la compañía está participando con un conjunto más amplio de grupos de interés para un conjunto más amplio de propósitos (por ejemplo, no sólo para la preparación de un Informe de Responsabilidad Corporativa).

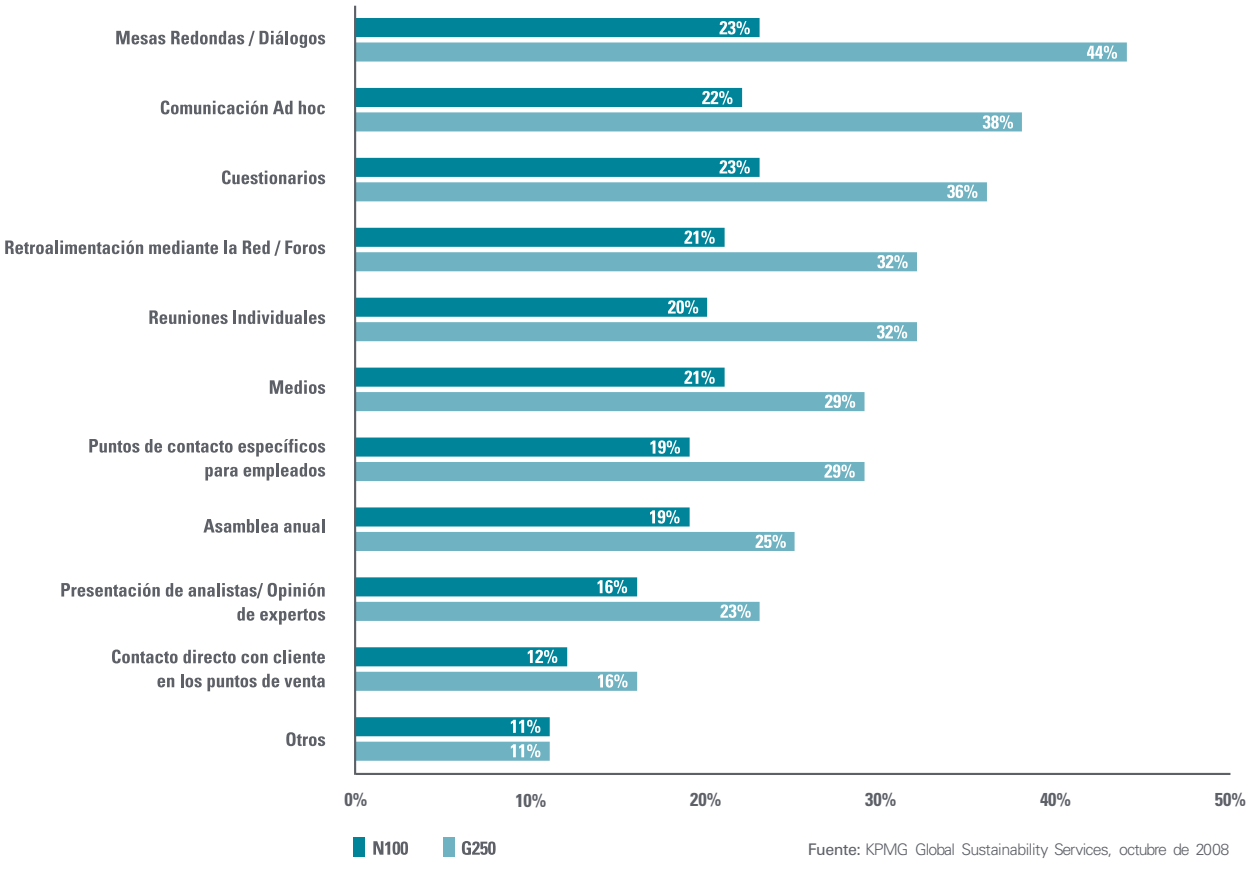
Por otra parte, estas cifras también pueden ser consideradas bastante bajas puesto que al no relacionarse directamente con los grupos de interés, una compañía se arriesga a dejar temas clave fuera de sus informes.

Línea directa

En cuanto a los métodos y canales más usados para relacionarse con los grupos de interés, las tendencias son similares en las muestras de las empresas N100 y G250. Mesas redondas, cuestionarios y retroalimentación a través de Internet, son las herramientas más comunes que suponen una adecuada mezcla de canales presenciales y anónimos para los grupos de interés como se muestra en la gráfico 4.8. Una tendencia hacia un acercamiento más personalizado puede estar incrementándose conforme aumentan las reuniones individuales y puntos específicos de contacto con los empleados como canales clave de comunicación.

Algunos de los mejores foros establecidos para la comunicación con los grupos de interés son los menos aprovechados para asuntos de responsabilidad corporativa: asambleas anuales (AGMs por sus siglas en inglés), presentaciones de analistas, e interacción directa con clientes. Esto podría ser un indicador de que la responsabilidad corporativa no está totalmente integrada como una prioridad en las operaciones de la compañía. Pudiendo ser un punto de reflexión, especialmente en las G250, sobre una falta de atención a los riesgos ambientales y oportunidades para inversiones y otros proveedores de capital.

Gráfico 4.8 Medios de interacción con grupos de interés (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Enfoque especial
Relaciones con inversores

Los inversores son un factor fundamental para integrar la responsabilidad corporativa en la gestión del negocio, así como una audiencia muy importante para los informes de RSC.

El nicho de la comunidad de inversores socialmente responsables es un grupo de interés activo en las empresas mundiales que cotizan en el mercado de valores. Casi el 90 por ciento de las empresas G250 cotiza en el mercado de valores y casi la mitad de ellas informa que se encuentran incluidas en algún índice socialmente responsable, como el FTSE4GOOD o el índice de inversores socialmente responsables del Dow Jones (DJSI, siglas en inglés). Se estima que cerca del 10 por ciento[8] de los fondos invertidos en EE.UU. están sujetos a criterios de inversión socialmente responsable, pero la mayoría de los fondos permanecen en las principales carteras.

Solamente un 16 por ciento de las empresas G250 cuantificó el valor de su desempeño en responsabilidad social específicamente para sus analistas e inversores. Estos hallazgos podrían sugerir que algunas compañías pueden no estar captando la atención de los analistas e inversores principales por medio de sus informes. En el capítulo 3 se observó que casi un tercio de las empresas mencionaron el valor para sus accionistas como un elemento motivador para la divulgación de informes de RSC y que había una tendencia a incluir información sobre responsabilidad corporativa en los informes anuales.

Aún así la mayoría de las empresas no parecen estar utilizando los canales de comunicación disponibles para hacer llegar a los inversores la información y los resultados de desempeño sobre responsabilidad corporativa. Por ejemplo, menos de la mitad de las empresas G250 incluye información de desempeño de responsabilidad corporativa en su informe anual o un enlace al informe completo en la página web de relaciones con inversores.

La alta gerencia abordó a los inversores sobre temas de responsabilidad social únicamente en un 16 por ciento de los casos del G250. Hubo poca evidencia con respecto a que los inversores hubieran sido una audiencia objetivo en los reportes de responsabilidad corporativa en el 50 por ciento de los informes sobre responsabilidad corporativa de las empresas G250.

8 Social Investment Forum (SIF) "2007 Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States." www.socialinvest.org

"Los dueños de los activos y sus gerentes deben ser conscientes de lo bien que las empresas están gestionando sus riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobierno corporativo en la siempre cambiante economía global. Un conocimiento profundo de la eficiencia con la que las compañías están afrontando estos desafíos requiere la realización y publicación de informes completos por parte de las empresas, guiadas por la legislación relevante, así como por enfoques de carácter voluntario como la guía GRI y el protocolo WRI/WBCSD. Los inversores esperan ver un informe completo acerca de la gestión de este tipo de riesgos que tenga un impacto material en las perspectivas a largo plazo de la empresa.

Mientras que hasta hace poco la inversión socialmente responsable era vista como una actividad de nicho, se ha desarrollado un nuevo entendimiento del deber fiduciario como queda de manifiesto en desarrollos clave tales como los Principios de Inversión Responsable y la Iniciativa de Análisis Mejorado, los mismos que deberán estimular el despegue de estrategias de inversión responsable por inversores principales. La alteración en la situación de los mercados financieros en el presente año resalta la necesidad de transparencia, responsabilidad y comportamiento responsable de las empresas e inversores. En sus 125 años de historia, el EIRIS (Ethical Investment Research Service) ha visto transformarse la inversión responsable desde un tema relevante sólo para los inversores preocupados hasta un fenómeno creciente de alcance global"

Peter Webster
Director Ejecutivo, EIRIS

Respuesta al Diálogo

El diálogo, por definición, involucra una conversación en dos sentidos. Sin embargo, a pesar de que el 62 por ciento de las empresas G250 entró en un diálogo estructurado con sus grupos de interés, menos de la mitad respondió públicamente a la retroalimentación (32 por ciento). La proporción es mayor en el grupo N100, donde el 42 por ciento utiliza diálogos estructurados y el 26 por ciento responde públicamente a la retroalimentación de sus grupos de interés.

Sólo una minoría de empresas utilizó sus informes de responsabilidad corporativa como instrumento para plantear sus relaciones con sus grupos de interés. El 38 por ciento de las empresas G250 publicó la respuesta de sus grupos de interés en sus informes, ligeramente por encima del 32 por ciento que lo hizo en 2005. El N100 está a la par que el G250 en esta tendencia con un 35 por ciento de empresas publicando comentarios y respuestas de sus grupos de interés en sus informes.

La diferencia entre el número de empresas con un enfoque estructurado y aquéllas que responden públicamente a las preocupaciones de sus grupos de interés, probablemente ponga en riesgo su confianza y credibilidad.

El cerrar la brecha y ser transparentes acerca de lo que la empresa esta haciendo con la información proporcionada por sus grupos de interés es de gran relevancia para construir relaciones.

Uno de los objetivos de la encuesta 2008 ha sido descubrir cómo las empresas estructuran sus informes de RSC, las directrices que siguen al elaborarlos y el contenido que deciden incluir.

Análisis de KPMG

El contacto con los grupos de interés es parte fundamental dentro de las actividades de responsabilidad social y nos motiva el observar un crecimiento de los enfoques estructurados tanto en el grupo del G250 como en el del N100. Sin embargo, aún queda un largo camino por andar. La relación con los grupos de interés debería formar parte del enfoque de cualquier estrategia, sistema de gestión o informe de responsabilidad corporativa.

Las empresas podrían construir vínculos con sus grupos de interés simplemente respondiendo públicamente a sus demandas. Podrían hacer esto incluyendo la retroalimentación de sus grupos de interés en sus informes y siendo más transparentes en cuanto a la identidad de estos grupos de interés. En los últimos años, las empresas se han visto recompensadas con una mayor confianza cuando han revelado quiénes eran sus grupos de interés y cuáles eran sus preocupaciones.

Más allá de la proactiva comunidad de inversores responsables, los analistas no han sido integrados de manera sistemática como un grupo de interés clave. Existen numerosas razones para ello, pero mientras las empresas están comenzando a cuantificar el valor de la responsabilidad corporativa (Figura 4.3), están hablando con los inversores. Se espera que esta comunidad sea mejor abordada a través de canales plenamente establecidos (reuniones anuales, comunicaciones de relaciones con inversores) a la par que la información adquiera credibilidad (a través de verificaciones) y accesibilidad por medio de tecnología como el XBRL *(eXtensible Business Reporting Language).*

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

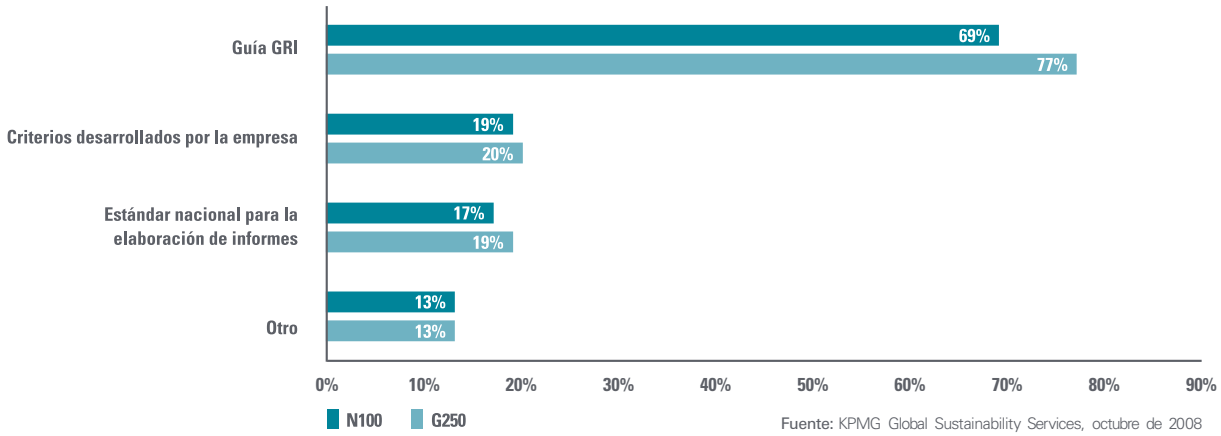
4.4 Publicación de informes y uso de estándares

Estándares para la elaboración de informes

Más de tres cuartas partes (77 por ciento) de las empresas G250 que publican informes de RSC y el 69 por ciento N100 siguen la guía GRI. Aproximadamente el 20 por ciento de ambos grupos utiliza marcos de referencia desarrollados internamente en la empresa como base para la elaboración de informes (ver gráfico 4.9). Una cifra menor utiliza estándares nacionales, aunque la cifra es ligeramente mayor en las del G250.

Esto es tal vez contradictorio dado que la gran mayoría son organizaciones internacionales y es de alguna forma sorprendente que un número mayor de empresas N100 no utilice estándares nacionales para elaborar y publicar sus informes de RSC. Por el contrario, tal como sus contrapartes globales, la mayoría utiliza el estándar internacional GRI.

Gráfico 4.9 Estándares para la elaboración de informes y directrices usadas por las empresas (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Enfoque Especial

Guía GRI

La mayoría de las empresas encuestadas utiliza actualmente la guía GRI como base para sus informes. El GRI desarrolla su guía utilizando un proceso global de búsqueda de consenso que involucra tanto a organizaciones que informan sobre su RSC –empresas– como a lectores y usuarios de informe –empleados, inversores y ONGs. El GRI emitió su primera Guía en 2000, la segunda versión en 2002 (conocida como Guía G2) y la tercera a finales de 2006 (Guía G3).

La guía consta de dos partes:

- **Principios para la elaboración de informes:** ayudan a dirigir el proceso de elaboración y publicación de informes en pasos como el contacto con los grupos de interés, la selección de indicadores materiales y los estándares de calidad que debe mantener el informe.

- **Indicadores del informe:** integran la base para la presentación cuantitativa de temas económicos, ambientales y sociales.

Para complementar la guía existe una serie de suplementos sectoriales. Estos son elaborados ad-hoc para reflejar temas sociales y ambientales y necesidades específicas de grupos de interés en diferentes sectores de la industria.

La guía ha sido diseñada para ser aplicada con flexibilidad y por cualquier tipo de organización en todas las regiones y sectores. Dado que cada empresa (y sus grupos de interés) decide qué principios e indicadores utilizar, la guía contiene un sistema para que las empresas declaren hasta qué punto aplican estas directrices. En la versión G2 una empresa podía optar por mostrarse "de acuerdo" con la guía, lo que implicaría que se han aplicado sus recomendaciones al detalle. En la versión G3 el sistema es conocido como "niveles de aplicación". Esto permite a las empresas expresar claramente si están aplicando la Guía puntualmente (nivel A) o en menor medida (niveles B o C); el nivel de aplicación más bajo (C) fue diseñado para hacer más fácil la iniciación de empresas que estaban comenzando a publicar informes, y a su vez, facilitarles un mecanismo para mejorar año tras año, incrementando su transparencia hacia niveles B o A.

Para un nivel de aplicación C la empresa debe publicar información relativa a 10 indicadores. En el nivel B la empresa lo hace sobre 20 indicadores y en el A se exige información sobre 50 indicadores básicos, ya sea con datos o con una explicación válida de por qué no se facilita el dato en cuestión.

Los niveles de aplicación también requieren respuestas a una serie de preguntas sobre estrategia y perfil, así como sobre el enfoque de gestión de manera que los lectores puedan interpretar los resultados de desempeño en el contexto adecuado. Finalmente una empresa puede indicar que su informe ha sido verificado por un tercero añadiendo el símbolo + a su nivel declarado.

Para mayor información sobre la Guía G3: www.globalreporting.org

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

Guía G2

La Guía G2 estuvo en circulación entre 2002-2006. Únicamente el 13 por ciento de las empresas G250 que asegura que sus informes están basados en la Guía GRI, sigue utilizando la versión G2. La mitad de estos informes se declararon "de acuerdo" con la Guía G2 (ver GRI para una mayor explicación).

Las proporciones fueron similares en la población N100. Doce por ciento siguen emitiendo informes basados en la Guía G2 y la mitad de ellos tiene el nivel "de acuerdo".

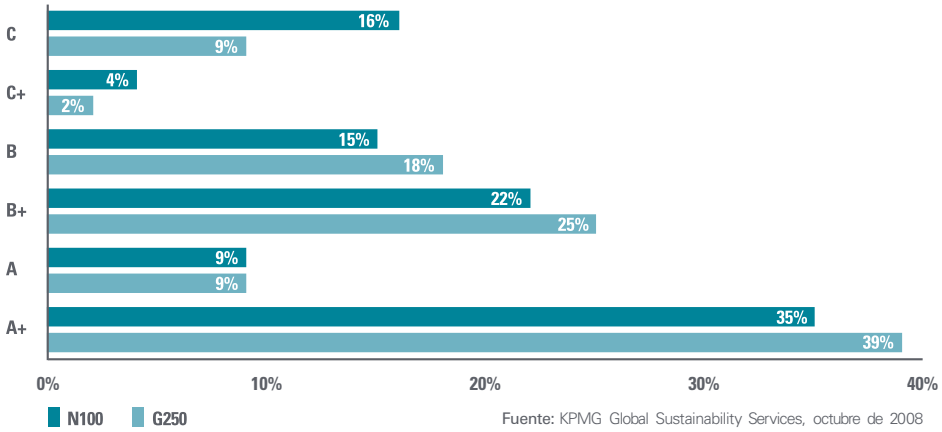
Guía G3

La Guía G3 únicamente estuvo disponible a finales de 2006 y la mayoría de los informes de RSC analizados en esta encuesta cubren el periodo de desempeño 2006-2007. El hecho de que 160 empresas indiquen que utilizan la Guía G3 muestra una rápida migración hacia la nueva versión de la guía.

Esto podría indicar que hubo una transición relativamente fácil entre las dos versiones para empresas con experiencia en publicación de informes. Sin embargo, también indica que las empresas que comienzan a hacerlo lo hacen directamente con la Guía G3. De las 160 empresas G250 que utilizan la guía G3, el 37 por ciento declaró un nivel de aplicación, tal como lo hicieron casi la mitad (47 por ciento) de las empresas N100 que reportaron en base a la versión G3.

De aquellas empresas que declaran un nivel de aplicación, el 11 por ciento de las G250 y el 20 por ciento de las N100, declararon el nivel C. Del gráfico 4.10, se desprende que la verificación no se aplica tan frecuentemente en este nivel. El 43 por ciento de las empresas G250 y el 37 de las N100 declararon el nivel de aplicación B y en ambos casos tienen ligeramente mayor probabilidad de utilizar la verificación en este nivel. Para el nivel de aplicación A, el 48 por ciento de las compañías del G250 y el 44 por ciento de las del N100 han declarado su utilización y la mayoría incluye la verificación de su informe por un tercero (Nota: todos los porcentajes están basados en el número real de empresas que declaran niveles de aplicación: G250 = 98 y N100 = 336).

Gráfico 4.10 Declaraciones de nivel de aplicación GRI (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Contenido contencioso

En opinión de KPMG, una memoria de calidad es aquélla que refleja la estrategia y los objetivos generales de la empresa, aborda las preocupaciones y los temas que son sustanciales para la empresa y sus grupos de interés, así como también provee detalles acerca de su desempeño, a la par de abordar los temas difíciles.

Existen evidencias de una tendencia a considerar la publicación de informes como una parte más dentro de un sistema de gestión de responsabilidad corporativa más amplio. En línea con este concepto, el gráfico 4.11 muestra que casi el 60 por ciento de las empresas seleccionaron el contenido de su informe basándose en su propia estrategia y objetivos.

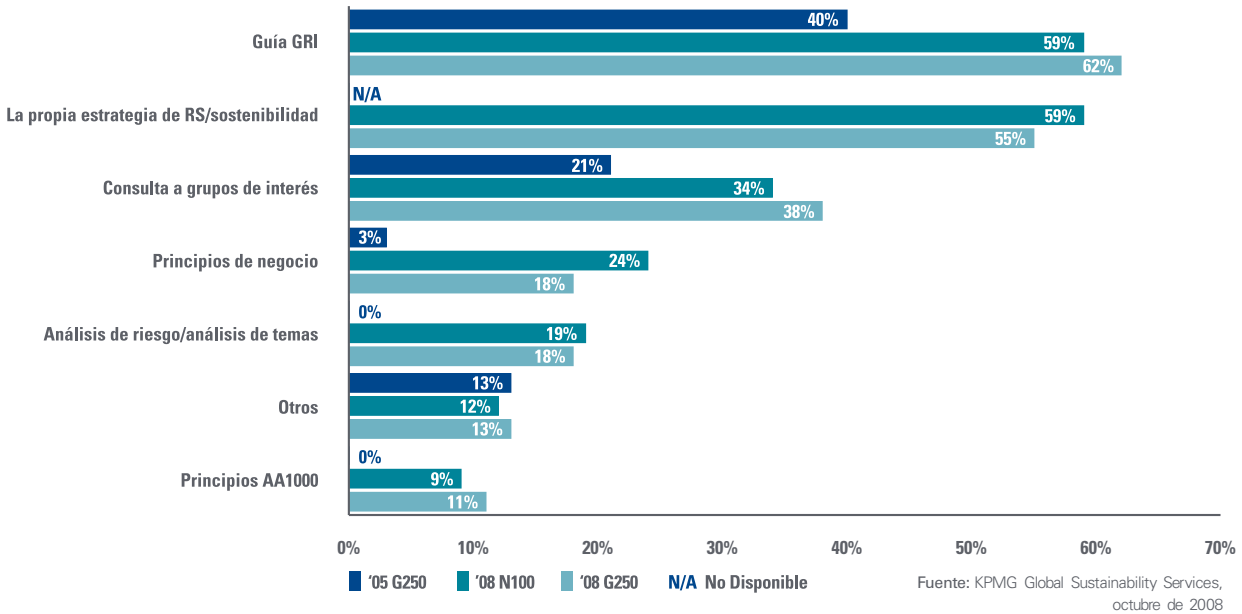
El número de empresas que citan la consulta con grupos de interés como un determinante para la selección de indicadores casi se duplicó en la categoría G250 desde 2005, hasta alcanzar casi un 40 por ciento. La tendencia es ligeramente menor en el grupo N100. El análisis de riesgo disminuyó como una técnica para la selección de indicadores comparado con 2005, en alineación con la baja calificación que obtuvo como motivo para reportar (ver capítulo 3).

Aproximadamente el 60 por ciento de las empresas mencionaron la Guía GRI como el marco de referencia utilizado para seleccionar el contenido del informe. Este rubro registra un incremento sobre el 40 por ciento que lo hacía en 2005.

Del 77 por ciento de las empresas G250 que dice utilizar la Guía GRI, casi la mitad menciona que utiliza los indicadores como un punto de partida para decidir qué contenido incluir en los informes mientras que la tercera parte menciona que utiliza los principios del GRI como punto de partida.

La proporción de empresas N100 que utiliza la Guía GRI es similar; casi la mitad (46 por ciento) utiliza los indicadores como punto de partida para seleccionar los temas y 36 por ciento utiliza los principios.

Gráfico 4.11 Métodos utilizados para seleccionar el contenido del informe, 2005 (G250) y 2008 (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 4

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Proceso de presentación de la información

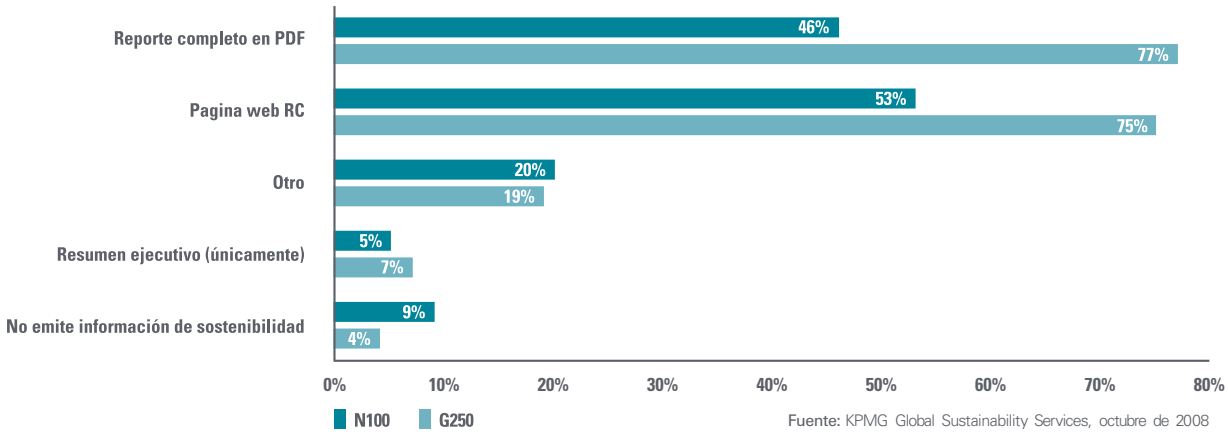
Formato de elaboración y publicación de informes

Uno de los retos a los que se enfrentan las empresas en cuanto a la elaboración y divulgación de informes de RSC es determinar cómo integrar toda la información recopilada en un solo documento impreso o electrónico, que refleje todos los temas de importancia para la empresa y sus grupos de interés, y que a la vez sea navegable y accesible para una amplia gama de lectores con necesidades e intereses muy diferentes. Tal es así, que el desarrollo de una estrategia muy clara de elaboración de informes con audiencias objetivo y contenidos bien definidos puede ayudar a evitar documentos con contenidos muy generales, extensos o irrelevantes.

La mayoría de las empresas G250 que emiten informes utiliza un formato de documento pdf, de acuerdo con los resultados que se presentan en el gráfico 4.12. El 75 por ciento presenta el contenido relativo a responsabilidad corporativa en el sitio web de la empresa.

Esto permite que las empresas agreguen funcionalidad para la búsqueda y adecuación con la tendencia a cubrir mejor las necesidades de sus grupos de interés. Las empresas N100 utilizan métodos similares aunque en una escala menor: el 46 por ciento emite una versión en pdf y el 53 por ciento presenta la información online. Muchas empresas utilizan una combinación de ambas versiones tanto en pdf como en versión web.

Gráfico 4.12 Formato de informes (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

http://www.
Favorites

Capítulo 5

Temática en los informes de responsabilidad corporativa

Aspectos relevantes

- Aún cuando el 92 por ciento de las empresas G250 publica un código de conducta, únicamente el 59 por ciento de ellas revelan los incumplimientos al mismo.
- El 68 por ciento de las empresas G250 cuenta con una sección de gobierno corporativo en sus informes, un incremento del 61 por ciento con respecto al año 2005.
- Las empresas que cotizan en el mercado de valores son más propensas a reportar sobre problemas de gobierno corporativo en comparación con otro tipo de empresas.
- Más del 90 por ciento del las empresas G250 cuentan con un código de conducta para su cadena de abastecimiento, pero únicamente la mitad revela los detalles acerca de cómo es implementado y supervisado
- El 69 por ciento de las empresas N100 no informa de ningún tipo de riesgo relativo al cambio climático.
- El 60 por ciento de las empresas G250 informa sobre nuevas oportunidades de negocio asociadas al cambio climático.

Cada empresa tiene un conjunto particular de asuntos problemáticos asociados a la responsabilidad corporativa, dependiendo del tipo de negocio que desarrolla, su ubicación, tamaño y otros factores. Estas diferencias quedan reflejadas en los informes de RSC dado que en ellos las empresas analizan su desempeño sobre los temas económicos, ambientales y sociales que les atañen. En el estudio, los tres aspectos que resultaron relevantes para la mayoría de las empresas (y para la mayoría de los grupos de interés) y fueron seleccionados para una investigación más profunda en cuanto a tendencias de divulgación de información fueron: el gobierno corporativo, la cadena de abastecimiento y el cambio climático. El estudio examina la profundidad con la que se está abordando cada uno de estos temas.

5.1 Gobierno coporativo

El gobierno corporativo ha ganado relevancia como uno de los temas clave en cuanto a responsabilidad corporativa a lo largo de la presente década. Esto responde a varias razones, como el aumento del nivel de exigencia de los grupos de interés en cuanto a los límites y responsabilidades de la empresa, escándalos sobre cuestiones de ética, o la nueva legislación nacional y estándares.

Al parecer la mayoría de las empresas G250 han respondido a estas presiones, puesto que el 92 por ciento de ellas (229 de 250) afirma que publica un código de conducta o ética. Las empresas N100 están un poco rezagadas con únicamente un 64 por ciento de ellas que publican un código de conducta. Sin embargo, en términos de implementación, muy pocas parecen dispuestas a ser más transparentes. Únicamente el 59 por ciento de las empresas G250 y el 34 por ciento de las N100 publican casos de incumplimiento de sus códigos.

"En la definición de la estrategia de negocio a largo plazo, hoy en día un consejo de administración no puede ignorar asuntos de sostenibilidad que atañen a su empresa. Si además es capaz de convertir estos posibles riesgos en oportunidades de negocio, entonces la empresa se diferenciará de sus competidores.

Uno de los elementos que distingue a la Guía G3 de Global Reporting Initiative es que el responsable del informe anual debe prestar atención a aquellos indicadores que sean pertinentes para el objetivo de negocio de la empresa. Al preparar un informe de sostenibilidad salen a la luz muchos factores que el Consejo de administración tiene presentes al desarrollar la estrategia a largo plazo de su organización. De este modo, la publicación de informes de sostenibilidad mejora la calidad de la planificación estratégica a largo plazo.

El buen gobierno, la estrategia y la sostenibilidad se han vuelto inseparables. El cumplimiento cuantitativo de aspectos de gobierno corporativo no significa tener un buen gobierno. En cambio, el desarrollo de una estrategia de largo plazo que considera aspectos de sostenibilidad relativos a la empresa, constituye un gobierno de buena calidad".

Mervyn E King SC
Presidente del Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Supervisión de las Naciones Unidas

Capítulo 5

Temática en los informes de responsabilidad corporativa

Informe sobre gobierno

El 68 por ciento de las empresas G250 tienen una sección o capítulo en sus informes dedicado al gobierno corporativo. A pesar de mostrar un incremento sobre el 61 por ciento que lo hacía en 2005 y de que representa una mayoría, esta cifra ha resultado menor de lo que se esperaba considerando el interés que este tema despierta en los medios y en los inversores, especialmente en Europa y EE.UU. en los últimos años.

Segregando por propiedad, queda claro que las empresas con una estructura de propiedad pública son más responsables – más del 70 por ciento de cooperativas y empresas que cotizan en bolsa tienen una sección independiente sobre gobierno corporativo.

En contraste, el gráfico 5.1 muestra que solamente el 50 por ciento de empresas familiares o de propiedad estatal son transparentes acerca de sus prácticas de gobierno corporativo. Solamente el 42 por ciento (920) de las empresas N100 cuenta con una sección de gobierno corporativo – mucho menos que las de empresas G250. Por tipo de propiedad, se muestran tendencias similares en este grupo, con empresas que cotizan en bolsa cerca de la marca del 60 por ciento.

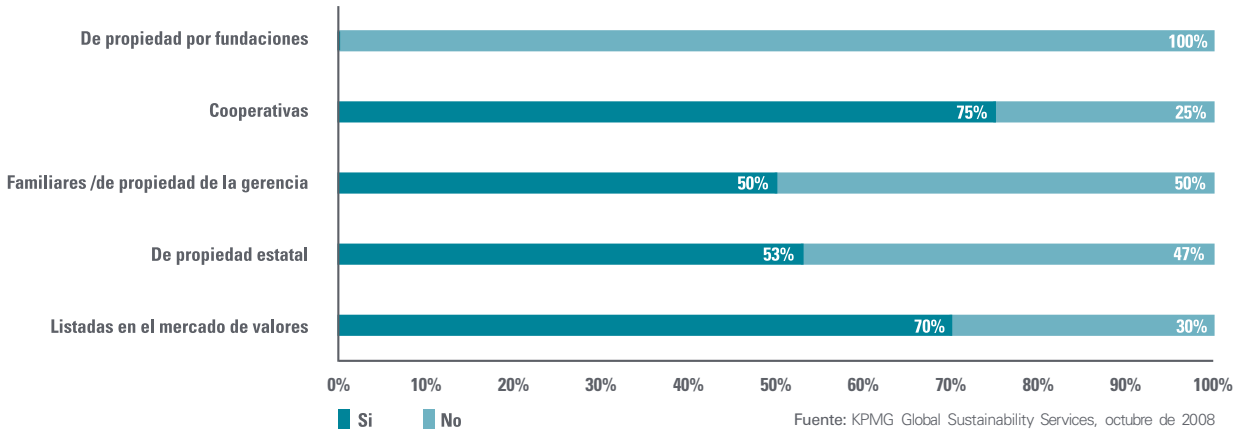
Esto debiera ser atribuible a la legislación en países como Francia y Sudáfrica donde a las empresas se les insta a seguir un código de conducta – y ser transparentes acerca del mismo si cotizan en bolsa. Las empresas familiares tienen el menor porcentaje con únicamente el 14 por ciento, resaltando la falta de transparencia sobre asuntos de responsabilidad corporativa en general en este grupo (Gráfico 5.2).

El eslabón perdido: gobierno y riesgo

De acuerdo con Sir Adam Cadbury, conocido pionero en mejores prácticas de gobierno corporativo, "el gobierno corporativo se preocupa de mantener un equilibrio entre las metas económicas y sociales y entre las metas individuales y colectivas. El objetivo es alinear tanto como sea posible los intereses de los individuos, las corporaciones y la sociedad" [9]

Así pues, la práctica de la responsabilidad corporativa podría ser descrita como el trabajo práctico del día a día de un consejo visionario que mantiene las mejores prácticas del sector en cuanto a gobierno corporativo.

Gráfico 5.1 Informes con una sección independiente sobre gobierno corporativo, por propiedad (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

9 Institute of Directors, South Africa, 2002. King II Report on Corporate Governance. www.iodsa.co.za

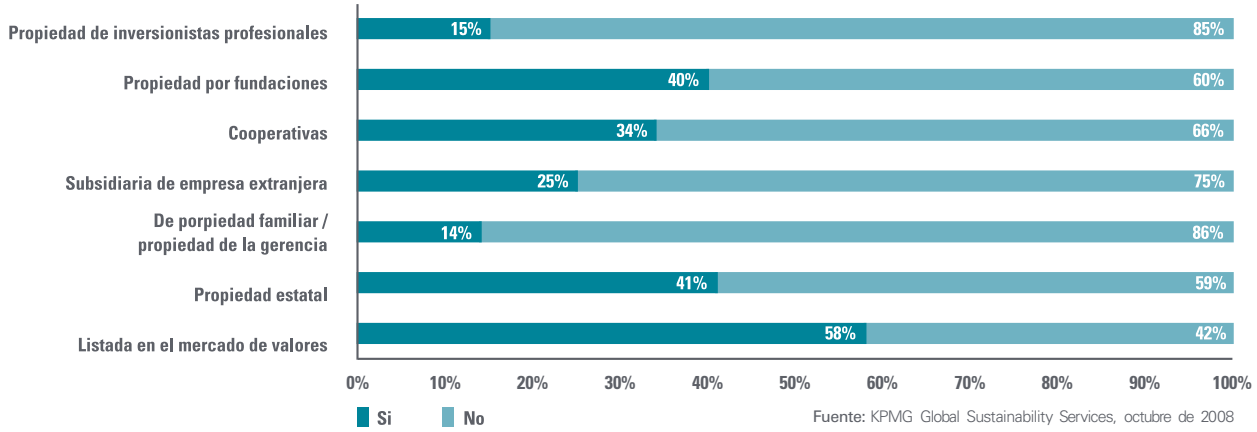
Aun así, en sus informes, únicamente una minoría de las empresas G250 y N100 describieron cómo el buen gobierno integra la responsabilidad corporativa – un 43 y un 27 por ciento respectivamente. Esta encuesta muestra que aunque parezca haber una relación obvia entre la responsabilidad corporativa y el buen gobierno, no está reconocido a gran escala.

Un elemento esencial del gobierno corporativo consiste en mitigar los riesgos a través la toma de decisiones a partir de la consideración de un amplio espectro de información, mediante el análisis de riesgos imprevistos o futuros, así como por impactos o complicaciones que pudieran surgir a corto o largo plazo. El vínculo teórico con la responsabilidad corporativa está claro aquí; al tomar en cuenta la visión de los grupos de interés y entender más al detalle los asuntos y complejidades económicos, ambientales y sociales, la empresa puede gestionar mejor sus riesgos.

Sin embargo, las cifras nuevamente prueban que la teoría no se cumple de forma general en la práctica. Únicamente el 43 por ciento de las empresas G250 y el 29 por ciento de las empresas N100 establecen el vínculo entre la gestión del riesgo y la responsabilidad corporativa en sus informes. Esto confirma que la reducción de riesgos no es un factor impulsor dominante para la preparación de informes (ver gráfico 3.6)

La sostenibilidad a largo plazo de un negocio depende de la libre y justa competencia. La corrupción en todas sus formas, tales como extorsión y sobornos, no sólo socava las posibilidades de éxito de los negocios sino que también contribuye directamente a la pobreza, las desigualdades, el crimen y la inseguridad. Tres cuartas partes de las empresas G250 publican sus códigos y prácticas relativas a la denuncia de sobornos y corrupción, mientras que en el caso del N100 sólo un 44 por ciento lo hace.

Gráfico 5.2 Informes con una sección independiente sobre gobierno corporativo, por propiedad (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

¿Quién está a cargo?

Una manera de evaluar la importancia o prioridad que una empresa asigna a la responsabilidad corporativa es determinar quién es responsable de su implementación y si hay o no línea directa con el consejo de administración.

Una minoría de las empresas G250 (37 por ciento) y N100 (63 por ciento) no revelan quién es responsable de la responsabilidad corporativa. De aquéllos que sí hacen pública esta información, poco más de la mitad tiene departamentos o áreas de responsabilidad corporativa independientes o utiliza comités cuyos miembros representan en sentido amplio los asuntos e impactos de la responsabilidad corporativa.

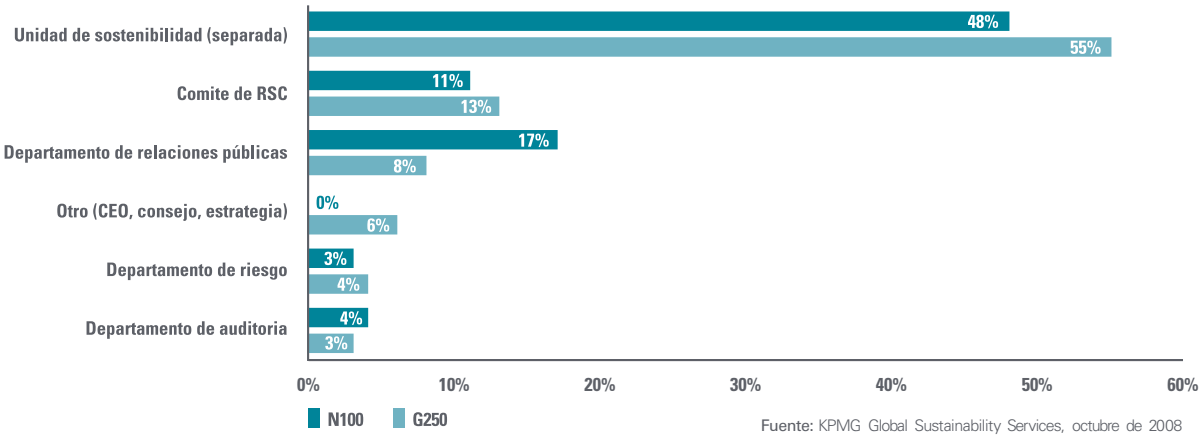
Una tendencia destacable es que la responsabilidad corporativa es fundamentalmente del dominio de unidades especializadas en sostenibilidad, más que estar enclavada en el departamento de comunicaciones o de relaciones públicas. Este es el caso más común en el grupo G250 y pudiera ser el resultado de una inclusión de la responsabilidad corporativa como elemento estratégico del sistema de gestión de la empresa (ver gráfico 5.3).

En términos de elaboración de informes, el 62 por ciento del G250 y el 35 por ciento del N100, describen cómo son recopilados y gestionados los datos no financieros. Esto refuerza la tendencia a obtener la revisión por parte de los departamentos de auditoría interna y a gestionar los datos de responsabilidad corporativa como lo hacen con otro tipo de datos de sistemas operacionales y de controles. Los departamentos de auditoría interna normalmente tienen línea directa con el consejo de administración.

Análisis de KPMG

El establecer un vínculo entre responsabilidad corporativa y gobierno – y la relación entre responsabilidad corporativa y la gestión de riesgos – puede ayudar a fortalecer el enfoque general de gestión de la empresa. Las empresas familiares generalmente no someten a revisión pública sus datos tanto de desempeño financiero como no financiero; no obstante, aquéllas cuya actividad tiene un elevado impacto social o ambiental, inevitablemente tenderán a hacerlo en un futuro cercano. Se espera que el papel de los departamentos de relaciones públicas pierda importancia en la gestión de la RSC conforme ésta se integre mejor a las funciones de gestión de gobierno corporativo y riesgos o a departamentos específicos de sostenibilidad.

Gráfico 5.3 Departamento donde se gestiona la responsabilidad social (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

5.2 Cadena de abastecimiento

En contabilidad financiera, las compañías informan sobre las entidades de las que son propietarias. Sin embargo, en la presentación de informes de sostenibilidad, el límite de la responsabilidad de los impactos sociales y ambientales y su desempeño puede extenderse más allá de estos canales tradicionales. Hoy en día, las empresas tienen que responsabilizarse de las medidas adoptadas por las empresas de su cadena de valor, de las cuales pueden no ser propietarias o tener bajo su control[10].

Código de conducta

Las empresas G250 están tomando nota de los riesgos en su cadena de abastecimiento: el 63 por ciento de ellas presentan datos sobre este asunto en sus informes. En los últimos años algunas crisis sonadas por motivos ambientales, de calidad y de derechos humanos han elevado el protagonismo del riesgo relativo a la cadena de abastecimiento, por lo que es sorprendente haya disminuido la mención de estos riesgos en los informes con respecto al 68 por ciento en 2005. Sólo el 38 por ciento de las empresas N100 publican información sobre riesgos derivados de la cadena de abastecimiento. El bajo porcentaje es consistente con los hallazgos generales en este estudio que coloca a las N100 por detrás de las G250 en la mayoría de los aspectos que se incluyen en los informes de responsabilidad corporativa. No obstante esto también puede ser atribuido al hecho de que muchas de estas compañías son proveedores.

De las empresas G250 que mencionaron el riesgo de la cadena de abastecimiento, el 67 por ciento describió cómo su código de conducta estaba integrado con la gestión de la cadena de abastecimiento. De las 617 empresas N100 que mencionan este riesgo el 74 por ciento describió cómo el código de conducta estaba integrado en la gestión de la cadena de abastecimiento, con el mismo nivel de transparencia que las G250 en este caso.

"Las condiciones de trabajo en la cadena global de abastecimiento son un tema sensible de creciente importancia para los comercios al por menor. Somos conscientes de los retos que suponen vigilar el cumplimiento de los derechos humanos y los estándares sociales en nuestra cadena de abastecimiento. Carrefour ha respondido en las últimas décadas trabajando en estrecha colaboración con la *International Federation for Human Rights* (IFHR), monitorizando las condiciones de trabajo dentro de su cadena de abastecimiento, en el desarrollo de un Registro de Proveedores en 2000 firmado por todos sus proveedores de productos controlados, y la implementación de controles voluntarios. Aunque creemos firmemente que una auditoría social es una herramienta necesaria, no nos parece que sea suficiente en sí misma, por lo tanto complementamos este proceso con la colaboración de ONGs para dar formación en derecho laboral a los empleados y gerentes de nuestros proveedores. Esto ha sido particularmente exitoso en Bangladesh.

Fracasar en el objetivo de asegurar unas condiciones de trabajo adecuadas no es una opción. Tampoco es un asunto competitivo. Es por eso que tomamos parte en la creación del *Global Social Compliance Programme* (GSCP) conjuntamente con comerciantes clave y fabricantes. GSCP ofrece una plataforma global para promover el intercambio de conocimiento y la construcción de consenso respecto a las mejores prácticas con el objetivo de incrementar la comparabilidad y transparencia entre los estándares y sistemas existentes, sean individuales o colectivos. Uno de los principios del programa es alentar a los grupos de interés clave de la sociedad civil para unir esfuerzos, garantizar la integridad y la inclusión. Estos expertos forman parte del Grupo Asesor, donde su rol es aconsejarnos y retarnos en la estrategia, dirección y establecimiento de las mejores prácticas para cada paso del programa y ayudar en la monitorización y evolución del progreso.

Nuestro reto hoy es desarrollar un claro y consistente acercamiento global tanto para nuestros proveedores como para los gobiernos a partir de nuestros respectivos esfuerzos".

Véronique Discours-Buhot
Directora de Sostenibilidad, Grupo Carrefour

10 Global Reporting Initiative (2007). "The GRI sustainability reporting cycle: A handbook for small and not-so-small organizations." And Global Reporting Initiative (2008). "Small, Smart and Sustainable: Experiences of SME reporting in Global Supply Chains." Both at www.globalreporting.org.

Capítulo 5

Temática en los informes de responsabilidad corporativa

Administración y resultados

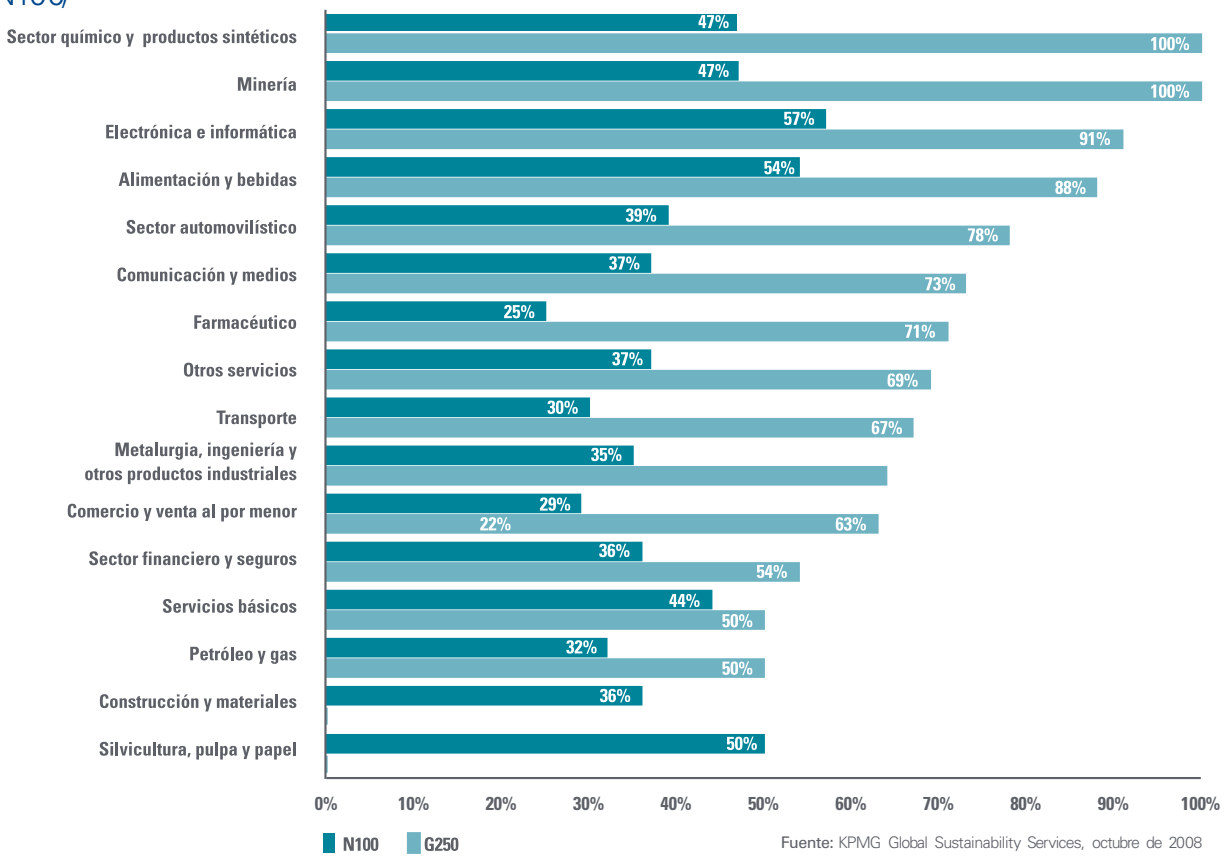
Los informes revelan mucho sobre el nivel de integración de la responsabilidad corporativa dentro de la gestión de cadena de abastecimiento. Ver Tabla 5.1 para detalles del tipo de información disponible de las compañías. Es interesante notar que en ambas categorías G250 y N100, las compañías supieron revelar mejor resultados y políticas que estrategias.

Información por sector y país

Las empresas G250 tienen un historial bastante bueno en el tratamiento de cuestiones de la cadena de abastecimiento en sus informes (véase gráfico 5.4.). Todas las compañías mineras y del sector químico lo hacen: más de dos tercios de las empresas de los sectores farmacéutico, medios de comunicación, alimentación y electrónica divulgan lo básico de su cadena de abastecimiento. Los sectores más destacables del grupo N100 son electrónica e informática, además de alimentación y bebidas, que desempeñan mucho mejor esta tarea en el plano nacional.

Más detalles se revelan cuando la muestra N100 es examinada por país, (véase gráfico 5.5.). Las empresas de Japón, Reino Unido, Brasil y los Países Bajos, están por delante en cuanto a información sobre el riesgo de la cadena de abastecimiento. EE.UU., España y Sudáfrica no están muy lejos - en torno al 50 por ciento- con un alto nivel de divulgación sobre este tema, posiblemente debido a la toma de conciencia del cliente y la amenaza de litigios. Tal vez es sorprendente el bajo nivel de divulgación de las empresas en Canadá, Finlandia, Dinamarca, Australia, Suiza, Francia, y Corea del Sur – normalmente todos son países sede de las grandes empresas multinacionales con importantes cadenas de suministro y, en general, con prácticas relativamente fuertes de presentación de informes.

Gráfico 5.4 Informes que abordan los riesgos de la cadena de abastecimiento, por sector (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

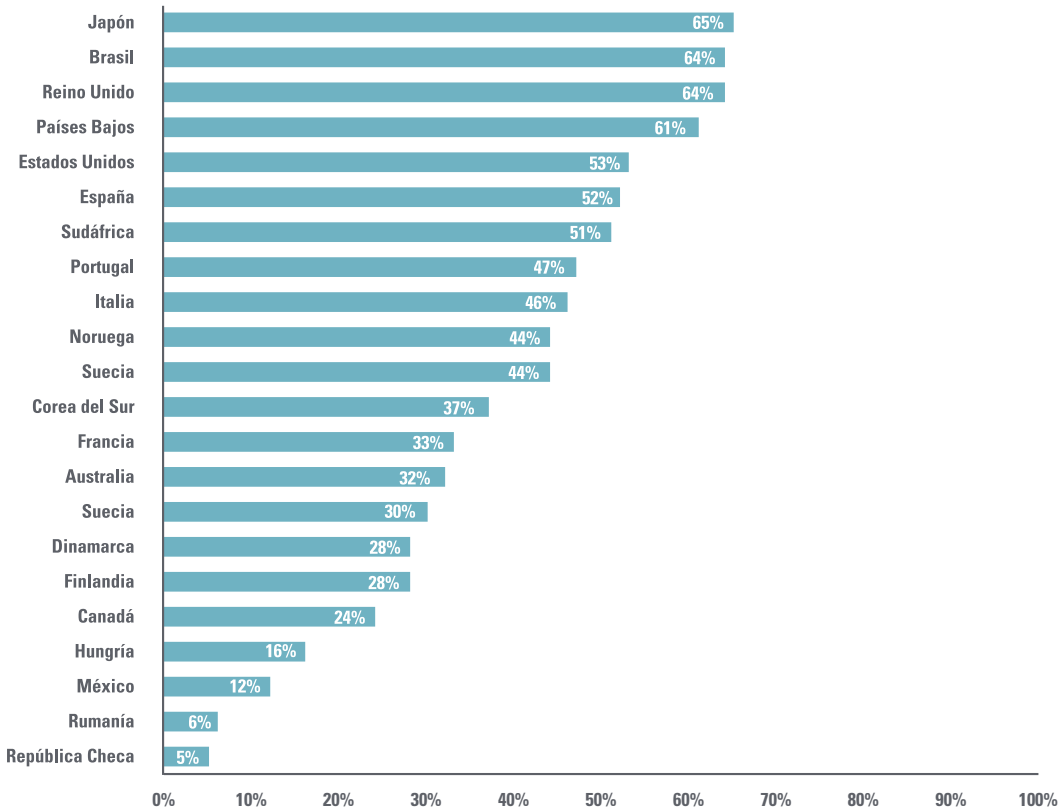
Las empresas están empezando a aplicar sus códigos de conducta en su relación con sus proveedores, por ejemplo, teniendo en cuenta consideraciones ambientales y sociales como parte de la selección integradas en los contratos. Muchos tienen un código, pero éste no siempre está vinculado a una estrategia global y al sistema de gestión de la responsabilidad de las empresas en la cadena de abastecimiento. La alineación de éstas puede ayudar a las empresas y a sus proveedores a obtener mejores resultados. Actualmente, muy pocas empresas divulgan los resultados reales de las auditorías de la responsabilidad corporativa de sus proveedores, pero ésta es un área que ganará importancia cuando maduren los sistemas de gestión de cadenas de abastecimiento.

Tabla 5.1 Niveles de divulgación de los sistemas de gestión de la cadena de abastecimiento (G250 y N100)

Aspectos de la gestión de la cadena de abastecimiento	G250 (Tamaño muestra: 250)	N100 (Tamaño muestra: 2170)
Estratégico (misión, visión)	64%	40%
Táctico (políticas)	68%	42%
Operativo (Descripción de procedimientos)	66% (total: 164)	44% (total: 961)
Procedimientos operativos específicos	**Tamaño muestra: 164**	**Tamaño muestra: 961**
• Selección de proveedores incluida en el código de conducta	89%	74%
• Contratación de proveedores incluida en el código de conducta	82%	68%
• Auditorías habituales de poveedores incluidas en el código de conducta	59%	38%
• Proporciona datos sobre el Nº de proveedores auditados por el código de conducta	15/250 (6%)	65/2170 (3%)

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 5.5 Informes de los riesgos de la cadena de abastecimiento, por país (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 5

Temática en los informes de responsabilidad corporativa

5.3 Cambio climático

El cambio climático se ha convertido en una de las cuestiones de responsabilidad corporativa más importantes y urgentes. La presión de los medios de comunicación, consumidores, inversores, ONGs, y gobiernos se ha ejercido sobre empresas de todo el mundo, pero los resultados del estudio muestran que la respuesta corporativa y la velocidad se mezclan.

Riesgos y oportunidades de negocio

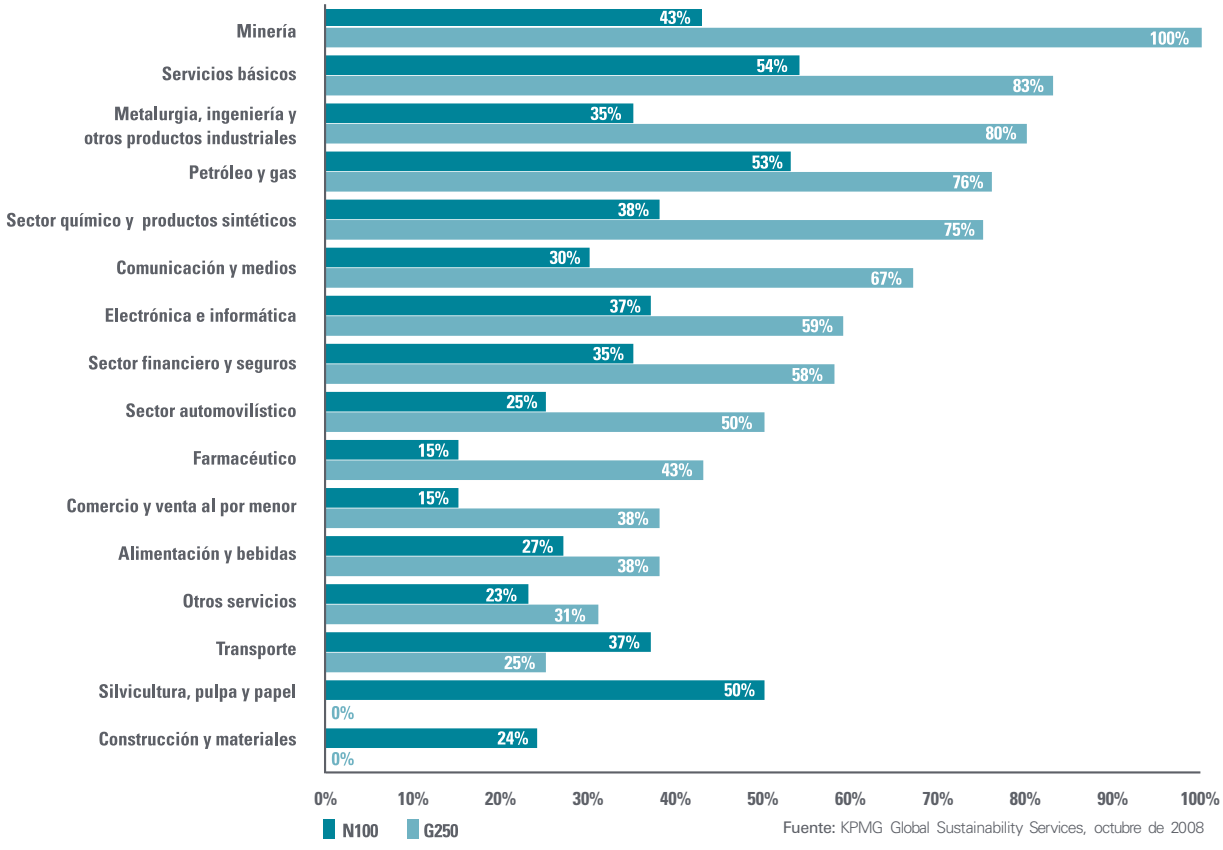
El cambio climático puede plantear diversos riesgos para las empresas, físicos, normativos, administrativos o de reputación. Del grupo G250, el 57 por ciento de las empresas aborda el tema del cambio climático en sus informes, aunque en el caso del N100 una mayoría del 68 por ciento (casi 1500 empresas) no lo abordan, una diferencia sorprendente teniendo en cuenta el contexto social, económico y político así como la importancia de la temática en la actualidad.

Por sectores, el 100 por cien de las empresas mineras en el G250 trata los riesgos del cambio climático, mostrando un fuerte liderazgo. Alrededor de tres cuartas partes de las entidades de servicios públicos, metalurgia, petróleo y gas, y químicas se ocupan de estos riesgos. El siguiente grupo de sectores - comunicaciones, electrónica, y financiero - no está muy alejado, con alrededor de un 60 por ciento de divulgación.

Como se indica en el capítulo 3 de este informe, los resultados del estudio concluyeron que algunos sectores de riesgo se están quedando atrás en cuanto a divulgación de sus prácticas de responsabilidad corporativa. En este caso, los sectores del automóvil, del transporte y de la construcción corren el peligro de perder una oportunidad clave para mitigar los riesgos del cambio climático antes de que se manifiesten.

Las tendencias son similares para el grupo N100, pero en menor magnitud, y las compañías mineras no tienen la trayectoria a nivel nacional que tienen a nivel mundial (ver gráfico 5.6).

Gráfico 5.6 Informe que abordan los riesgos del cambio climático, por sector (G250 y N100)



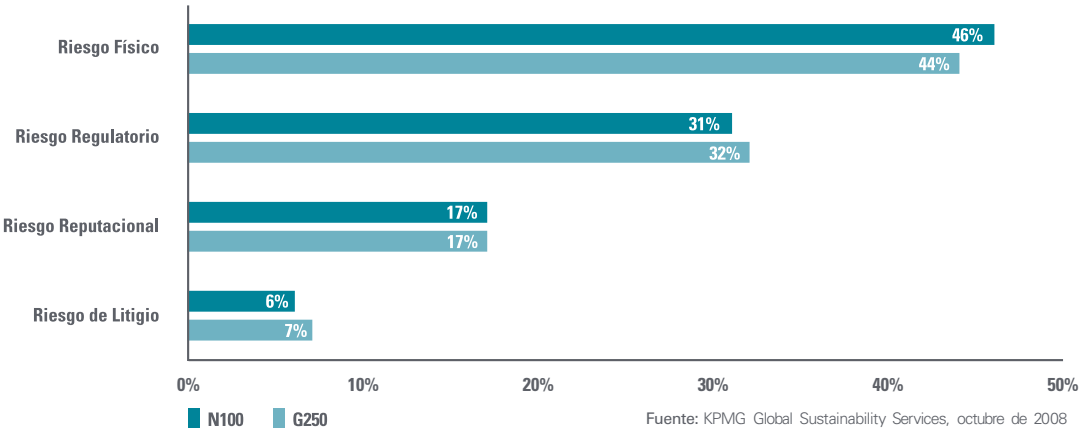
Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Yendo un paso más allá, el 64 por ciento de las empresas G250 y el 34 por ciento de las empresas N100 describen cómo van a mitigar los riesgos empresariales asociados al cambio climático. Dado que la mayoría de las empresas N100 no realizan el seguimiento de los riesgos ni aplican programas de mitigación, una gran oportunidad para una mejor gestión de los riesgos climáticos podría echarse a perder.

Casi el 60 por ciento de las empresas G250 también describe nuevas oportunidades de negocio asociadas al cambio climático. Esto está ocurriendo en la población N100, pero a un nivel más bajo con sólo el 27 por ciento.

En cuanto a cuáles son los riesgos percibidos como más peligrosos, el 44 por ciento de las empresas G250 manifiestan temor ante las amenazas físicas del cambio climático tales como las condiciones meteorológicas extremas, el cambio de patrones agrícolas, el riesgo de inundación, la ecología y el cambio de la biodiversidad. Aunque las empresas no están preocupadas por los potenciales litigios por su contribución a la crisis climática, sí temen que los gobiernos estén empezando a endurecer la regulación sobre asuntos como las emisiones de carbono; además, el 17 por ciento es consciente de que su reputación está en juego con el crecimiento de la crisis climática. Las cifras son notablemente similares para las empresas N100, como se ve en el gráfico 5.7.

Gráfico 5.7 Tipos de riesgo del cambio climático (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 5

Temática en los informes de responsabilidad corporativa

Huella de carbono

Casi la mitad de los países G250 divulga las emisiones de carbono para sus propias operaciones, y un 8 por ciento adicional lo amplía incluyendo a su cadena de valor. Sin embargo, el 41 por ciento de G250 y el 62 por ciento de N100 no informan sobre la huella de carbono (ver gráfico 5.8).

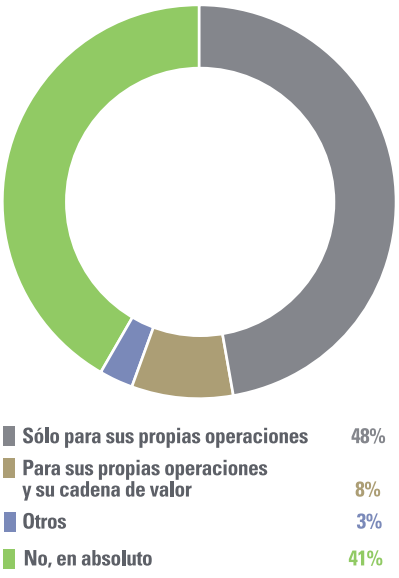
Al desglosar los resultados por país, se obtiene una visión más amplia. Las empresas del Reino Unido lideran la divulgación de su huella de carbono y están muy por delante en la tabla. Esto podría ser debido a la importancia que ha adquirido el tema en el país durante los últimos años.

Un segundo grupo de empresas de Europa se sitúan en torno a la marca del 40 por ciento: Italia, España, Francia, y Suecia, pero están por debajo de las empresas japonesas, de las cuales cerca del 50 por ciento publica sus emisiones de carbono.

América del Norte y Australia son a menudo citadas por tener las huellas de carbono más considerables, a lo que contribuyen de manera significativa sus sectores industriales. Las empresas aquí siguen el rastro de sus homólogos europeos puesto que sólo el 32 por ciento de las empresas en los EE.UU. y Australia revela su huella de carbono en sus informes mientras en Canadá lo hace el 42 por ciento (ver gráfico 5.9).

Un resultado interesante es que las empresas finlandesas y francesas se encuentran a la cabeza en informar sobre la huella de carbono en la totalidad de sus cadenas de valor - como impulsores pueden estimular una tendencia al alza en otros países como Hungría, Portugal, Suiza, España, Japón y el Reino Unido, que también están empezando a tomar medidas en este sentido.

Gráfico 5.8 Publicación de la Huella de Carbono (G250)

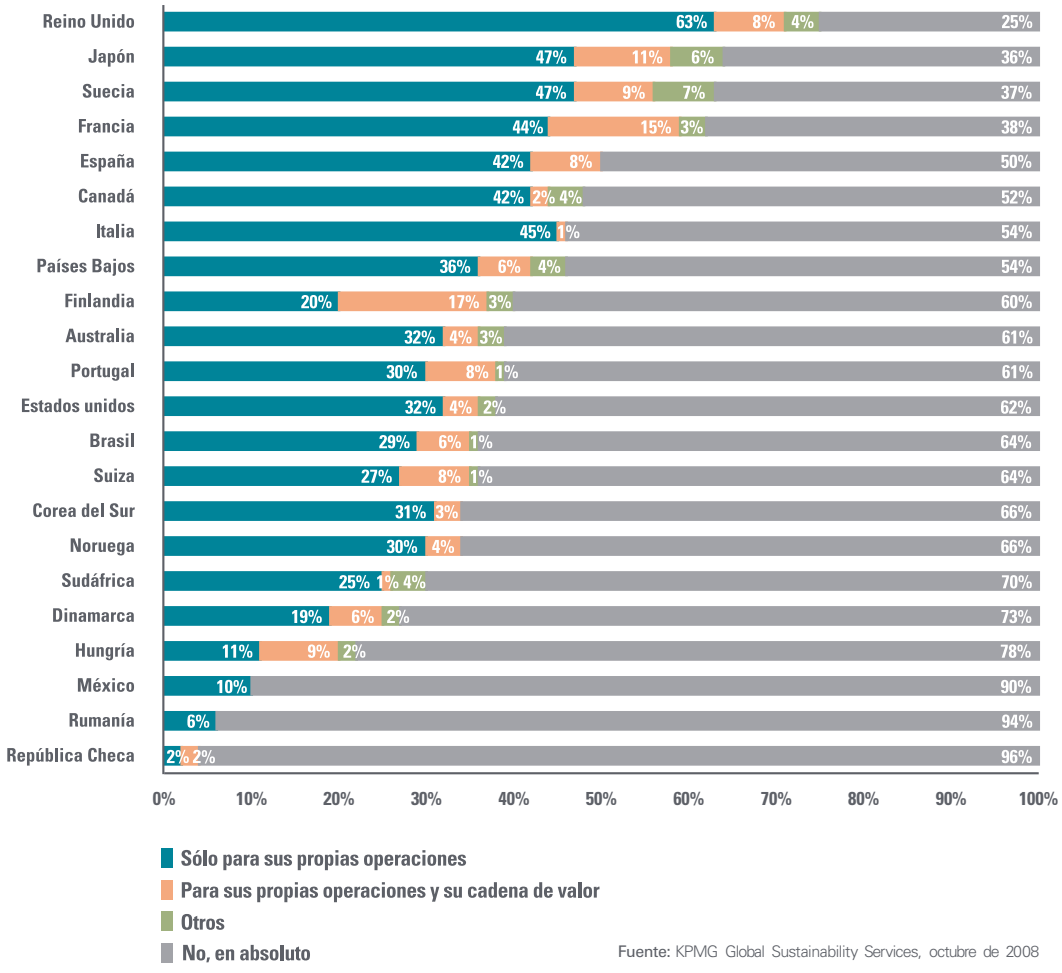


Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

"Un contexto de incertidumbre regulatoria está retrasando las decisiones de inversión estratégica de las compañías del Global 500 a la par que el personal directivo superior está solicitando una mayor visibilidad de las políticas de cambio climático, a fin de prever mejor el impacto de los mercados de carbono y los precios. A pesar de la incertidumbre con respecto a la regulación, el 74 por ciento de las empresas Global 500 que respondieron a la CDP han establecido planes de reducción de emisiones. En las respuestas al CDP, a partir de 2008, podemos ver un aumento en los niveles de compromiso de las empresas, con más información que nunca. La publicación de informes sobre el cambio climático y el carbono se está convirtiendo en un aspecto crítico para los inversores al evaluar sus riesgos, responsabilidades y oportunidades a través de sus carteras de inversiones y esta información proporciona una mayor comprensión de qué empresas liderarán con éxito la transición hacia una economía baja en carbono".

Paul Dickinson
Executive Director, Carbon Disclosure Project

Gráfico 5.9 Publicación de la huella de carbono, por país (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 5

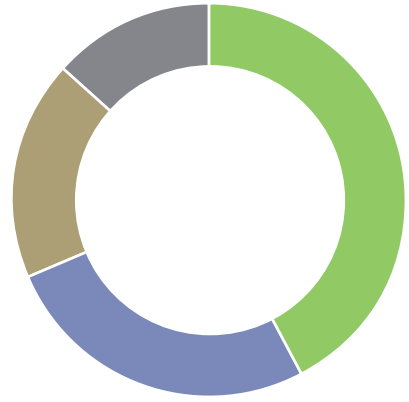
Temática en los informes de responsabilidad corporativa

El estudio concluyó que la mayoría de las empresas G250 están tomando medidas para reducir su huella de carbono. Una quinta parte todavía informa de que usan la compensación de carbono, que es vista por diferentes actores, incluidas las ONGs y los gobiernos, como un paliativo, es decir, una medida que no llega al corazón del problema. Sin embargo, muchas están encontrando maneras de incorporar las energías renovables en sus fuentes de abastecimiento, y otras están tomando medidas activas para reducir el consumo de energía. Las cifras fueron bastante similares para los grupos G250 y N100. El gráfico 5.10 proporciona una visión de conjunto de los resultados G250.

Carbon Disclosure Project (CDP)

El *Carbon Disclosure Project* (CDP), fundado en el año 2000, representa a 385 inversores institucionales mundiales, y gestiona más de 57 billones de dólares americanos en activos. Como organización independiente sin fines de lucro, el CDP recoge los principales datos sobre el cambio climático de más de 1550 grandes empresas en todo el mundo y ha reunido la mayor base de datos de emisiones de gases de efecto invernadero de empresas del mundo. CDP también trabaja con empresas multinacionales para facilitar la recopilación de información relevante sobre el cambio climático de su cadena de abastecimiento. Los informes y las respuestas de las empresas se pueden encontrar en www.cdproject.net.

Gráfico 5.10 Medidas adoptadas para reducir la huella de carbono (G250)



- **Reducción del consumo de energía** 42%
- **Sustitución de combustibles por energía renovable** 26%
- **Contrarrestar las emisiones** 18%
- **Otros** 13%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

Las empresas son conscientes de que se deben tomar medidas reales para hacer frente al problema del cambio climático, no sólo soluciones paliativas. Con la importancia que el clima y el carbono tienen actualmente - y con la sombra de la amenaza de la regulación – esperábamos una mayor divulgación de información sobre la huella y el riesgo del carbono. Pero mirar hacia atrás para ver las emisiones que ya se han producido y, a continuación, tomar medidas para reducirlas en el futuro, son sólo los primeros pasos en la estrategia de las empresas para la gestión del cambio climático. Las compañías deben también mirar hacia el futuro.

¿Qué riesgos y oportunidades nos esperan en el futuro con una mayor regulación, con el cambio climático y una emisión de carbono limitada? ¿Cómo seguirán siendo competitivas las empresas cuando las reglas del juego cambien? Creemos que se está acercando una era de innovación en la que las empresas, en el futuro próximo, van a cambiar y adaptar sus productos y servicios para evitar riesgos y aprovechar las oportunidades que se presentan por el cambio climático[11].

11 Ver el reporte Internacional de KPMG en el riesgo del cambio climático, "Climate Changes Your Business." www.kpmg.nl

Capítulo 6

Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

Puntos destacados

- La verificación formal[12] aumentó del 30 al 40 por ciento en los informes G250, con una tendencia similar a nivel nacional (39 por ciento).
- El 27 por ciento de los informes contienen comentarios de terceros, el 7 por ciento de éstos combinan comentarios con verificación formal.
- Las organizaciones más destacadas en el campo de la contabilidad siguen liderando el terreno de la verificación de informes de responsabilidad corporativa.
- La coherencia y la calidad del enfoque de la verificación se demuestra por un aumento en el uso de estándares.
- Las empresas G250 son menos propensas a pedir la verificación razonable de sus informes (positiva) que las empresas del N100.

Las empresas pueden abordar una amplia variedad de enfoques en cuanto a la verificación de informes. Este último estudio observó varios aspectos clave de la verificación, como el tipo de dictamen, la elección de proveedor de verificación, qué partes del informe se verifican y por qué buscan aseguramiento las empresas.

12 Formal statement with conclusions issued by an independent professional assurance provider

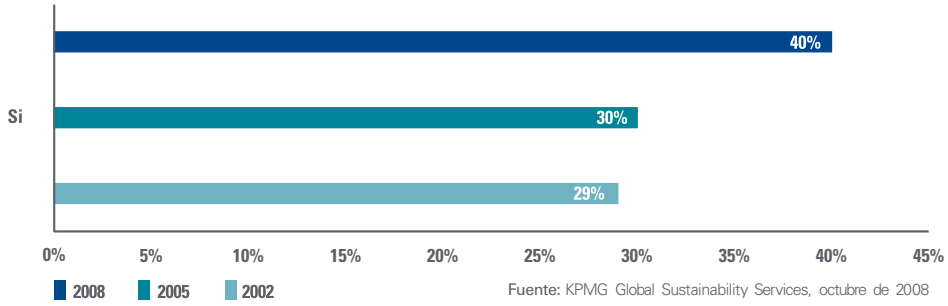
6.1 Tendencias mundiales en verificación

Cada vez más empresas deciden incluir voluntariamente las opiniones de un tercero en los informes de responsabilidad corporativa. En la encuesta de este año, el 56 por ciento de las compañías del G250 que emitieron un informe incluía algún tipo de comentario de terceros. Poco menos de la mitad de las empresas N100 (49 por ciento) hizo lo mismo.

Tras permanecer estable en alrededor del 30 por ciento en 2002 y 2005, el número de empresas G250 que utilizaba la verificación formal en su informe saltó al 40 por ciento en 2008. La tendencia es similar en el grupo del N100, donde el 39 por ciento de las entidades incluía una carta de verificación en su informe. Ver los gráficos 6.1 y 6.2.

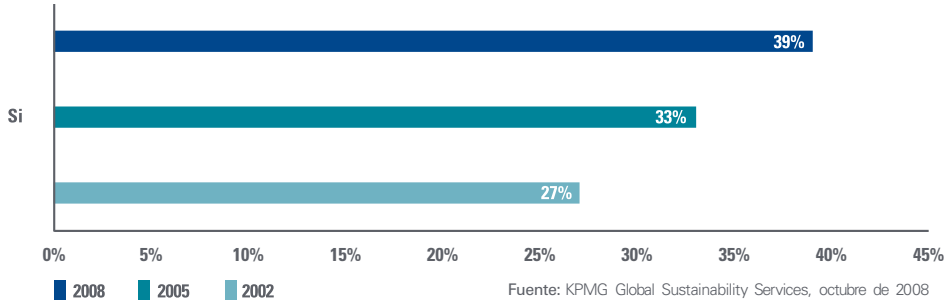
Aunque las partes interesadas, incluidos los accionistas y los consumidores, se interesan por la veracidad de la implicación de las grandes empresas en problemas sociales y medioambientales - en particular en campañas de relaciones públicas sobre el "reverdecimiento" de las entidades – la verificación formal es realizada sólo por una minoría de las compañías en la encuesta, tanto en las muestras del G250 como del N100. Esto plantea interrogantes acerca de qué impulsa a las empresas a buscar un verificación sobre la responsabilidad de los informes corporativos. Véase la sección 6.3 para más información sobre este tema.

Gráfico 6.1 Informes que incluyen una carta de verificación (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 6.2 Informes que incluyen una carta de verificación (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 6

Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

6.2 Una mirada más cercana a la verificación por países y sectores

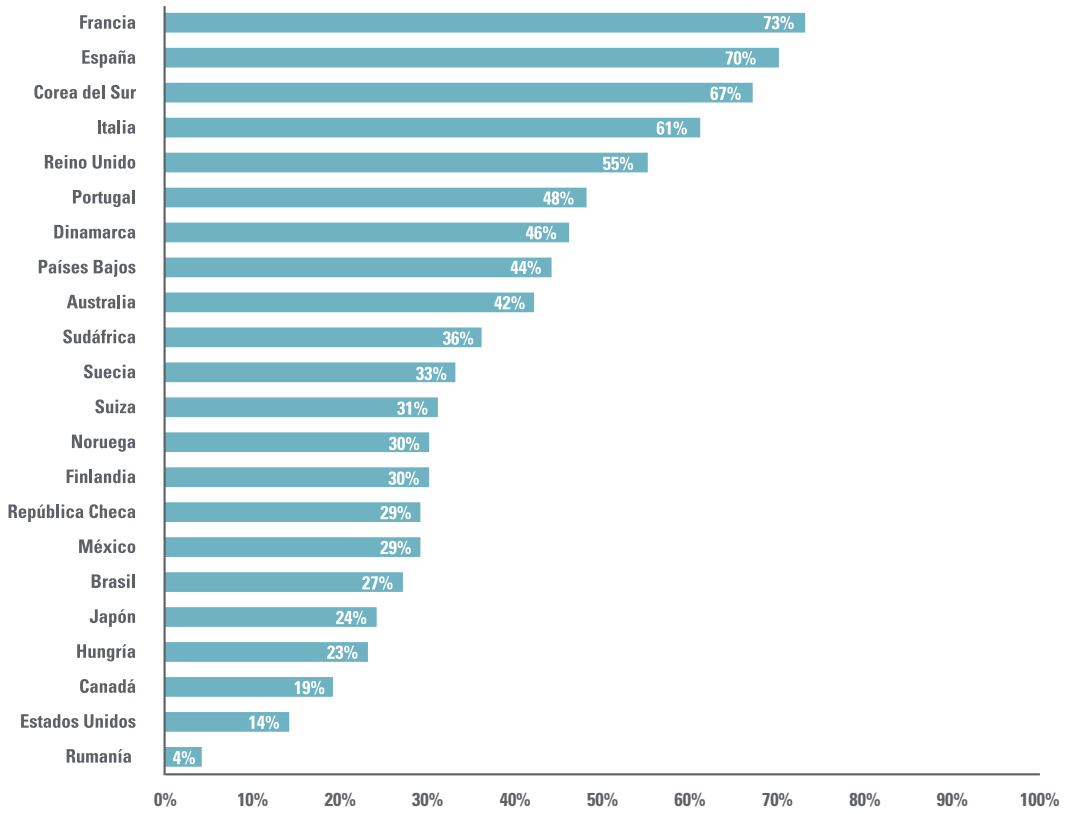
El término "verificación formal" se utiliza para describir los dictámenes oficiales emitidos por proveedores profesionales independientes de verificación, incluidas la rendición de cuentas, certificación y firmas técnicas. Estos dictámenes son el resultado de un proceso sistemático basado en la evidencia que permite al proveedor emitir conclusiones sobre la calidad del informe y sus datos y, en algunos casos, sobre los sistemas y procesos utilizados para recopilar y presentar la información.

Tendencias nacionales en verificación formal

Más del 60 por ciento de los informes emitidos por las compañías en Francia, España, Corea del Sur e Italia, incluyen un dictamen formal de verificación, como se ve en el gráfico 6.3. De la Tabla 6.1 se deduce que el evidente uso de la verificación formal en España y Francia ha crecido rápidamente, en ambos países lo ha hecho en 20 puntos porcentuales desde 2005. También es interesante ver que en países como Japón y el Reino Unido, donde casi todas las empresas del Top 100 informan, sólo aproximadamente una cuarta parte y la mitad utilizan una forma de verificación, respectivamente.

Éste es el primer año que se estudian las tendencias de verificación en Brasil, México, República Checa y Hungría, pero es evidente que la verificación está creciendo tan rápidamente como la práctica de informar.

Gráfico 6.3 Informes que incluyen una carta de verificación por país (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Aunque menos del 20 por ciento de las empresas norteamericanas utilizan la verificación formal, ésta es cada vez más significativa. En Canadá se ha duplicado desde la encuesta anterior y la verificación en los EE.UU. aumentó del 3 al 14 por ciento este año.

Si bien el porcentaje de informes con verificación en muchos países europeos se ha mantenido relativamente estable (Reino Unido, Países Bajos, Italia y Noruega), vemos un gran salto en esta encuesta en Dinamarca, Finlandia y Suecia después de una caída inicial en 2005. Debido a la legislación, las empresas en los países escandinavos son algunas de las pioneras en informes medioambientales y de verificación, pero algunos fueron más lentos en abarcar más temas en sus informes de responsabilidad corporativa y asuntos cubiertos por la verificación económica y social.

Esta evolución puede indicar que mientras la práctica de presentar informes madura, hay una tendencia a incluir la verificación formal. En Suecia, la nueva legislación sobre la presentación de informes para las empresas de propiedad pública, que incluyen un requisito de verificación, puede conducir a la adhesión a un enfoque más sólido en general.

Tabla 6.1 Informes que incluyen una carta de verificación 2002-2008 por país (N100)

País	2002 (porcentaje)	2005 (porcentaje)	2008 (porcentaje)
Francia	14	40	73
España	27	44	70
Italia	66	70	61
Reino Unido	53	53	55
Dinamarca	45	31	46
Países Bajos	38	40	44
Australia	42	43	42
Sudáfrica	100*	22	36
Suecia	15	5	33
Finlandia	29	19	30
Noruega	20	33	30
Japón	26	31	24
Canadá	10	10	19
USA	2	3	14

(Los países seleccionados cuentan con datos históricos disponibles)

*Solo un informe publicado en 2002.

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 6

Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

Tendencias en verificación formal por sectores

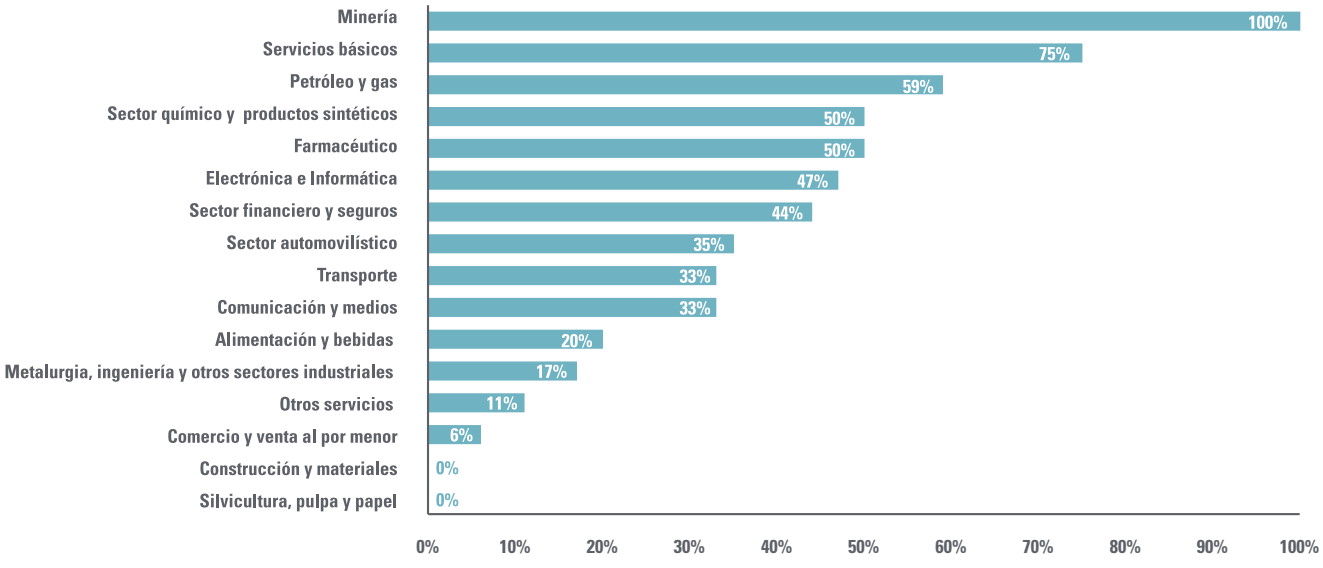
En muestras del G250 y del N100, los sectores de la minería, los servicios básicos, petróleo y gas ocupan las tres primeras posiciones en términos de porcentaje de informes con verificación oficial. Más de la mitad de las empresas del grupo G250 de los sectores químico, farmacéutico, petróleo y gas, y servicios básicos utilizan la verificación formal. El sector minero ha aumentado su compromiso de verificación de manera significativa desde 2005, pasando de encontrarse en la novena posición a ubicarse en la parte superior de la tabla. Hay muchos factores que pueden haber influido en este resultado. Uno de ellos puede ser el control de este sector por los medios de comunicación en los últimos años, especialmente la salud, la seguridad y las condiciones de trabajo, así como los impactos de sus operaciones en el medio ambiente y la comunidad.

Acuerdos nacionales, como la presentación de informes y requisitos de auditoría de la South African Mining Charter también pueden haber influido en este resultado.

El sector financiero, de acuerdo con los impactos indirectos que ejerce sobre el medio ambiente y las comunidades a través de la financiación de proyectos de infraestructura, el crédito y la inversión, también está en la mitad superior de la gráfica con el 44 por ciento de los informes incluyendo una carta de verificación. Sectores como el comercio al por menor, la silvicultura y la construcción siguen estando por debajo de la marca del 10 por ciento a pesar de la creciente preocupación por los aspectos económicos, ambientales y sociales de estas empresas.

Esta tendencia está en línea con los niveles más bajos de la presentación de informes en estos sectores (véase el capítulo 3), pero también es importante considerar que la complejidad de las operaciones, incluida la cadena de abastecimiento y subcontratación de los procesos, tienden a hacer difícil y costosa la verificación. Podría ser que estas empresas prefiriesen la verificación selectiva, concentrándose en aquellas áreas sobre las que las partes interesadas están más preocupadas, sin embargo, en el alcance de la presente encuesta, no se investigó este tema.

Gráfico 6.4 Informes que incluyen una carta de verificación por sector (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

La tendencia al alza se detiene en otros sectores clave como el transporte, las comunicaciones y la automoción, cuyos informes cuentan con una carta de verificación en un tercio de los casos.

Comentarios al informe de un tercero

En lugar de una carta de verificación, algunas empresas optan por incluir las opiniones o comentarios de terceros en sus informes. El comentario puede provenir de una de las partes interesadas influyentes o de expertos de renombre, especialistas en el campo de la responsabilidad corporativa. Algunas empresas optan por un grupo de expertos o partes interesadas para proporcionar una mayor información sobre sus actividades y rendimiento. El comentario incluye, a menudo, puntos de vista sobre la gestión, el desempeño y el progreso, así como las recomendaciones. También puede contener comentarios sobre si el informe incluye, en su opinión, todas las cuestiones materiales o relevantes, pero por lo general no proporciona conclusiones oficiales sobre la calidad de la información suministrada.

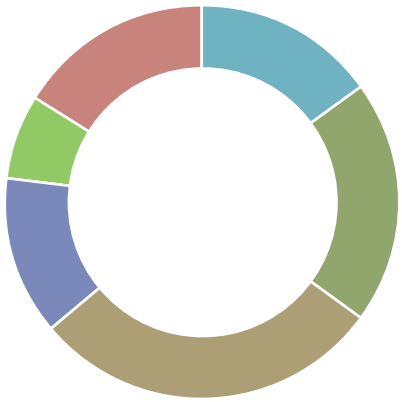
En el G250, el 27 por ciento incluye comentarios de terceras personas que no son proveedores profesionales de verificación. En el grupo N100 un menor número de empresas recurre a la carta de verificación por parte de terceros (18 por ciento).

Sólo un 7 por ciento de las empresas G250 combina la carta de verificación con los comentarios de los demás, lo que parece indicar que, actualmente, compañías G250 eligen una técnica u otra, pero rara vez ambas.

Los expertos o personas con conocimientos en el sector o en el contexto nacional son los más comúnmente contratados para hacer los comentarios ajenos a la organización por las entidades G250. Las tendencias son casi idénticas en el grupo N100.

Las organizaciones no gubernamentales (ONG), académicos y grupos de interés participan a partes iguales aproximadamente, en términos de porcentaje tanto para las empresas G250 como del N100. La categoría "otros" se compone principalmente de los comités de expertos (en contraposición a los expertos individuales) y las agencias de calificación.

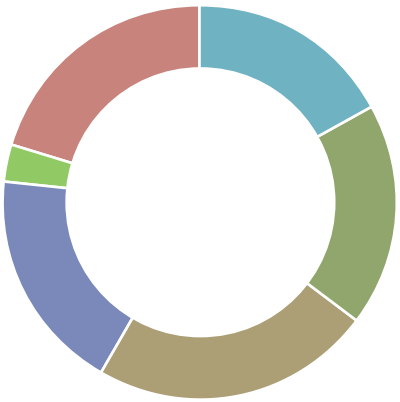
Gráfico 6.5 Informes que incluyen comentarios de una tercera parte (distinto a una carta de verificación)(G250 por tipo



Grupos de Interés	15%
Académicos	20%
Expertos	29%
Organizaciones no Gubernamentales (ONG)	13%
Otros grupos de interés (Ej. comunidad)	7%
Otros	16%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 6.6 Informes que incluyen comentarios de una tercera parte (distinto a una carta de verificación) (N100) por tipo



Grupos de Interés	17%
Académicos	18%
Expertos	23%
Organizaciones no Gubernamentales (ONG)	18%
Otros grupos de interés (Ej. comunidad)	3%
Otros	20%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Capítulo 6

Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

Análisis de KPMG

Los resultados del sector indican una tendencia general hacia una mayor demanda de la opinión de un tercero independiente sobre los informes de responsabilidad corporativa. La mayor aplicación de verificación se registra aún en aquellos sectores que tienen un mayor impacto y mayor presencia en los medios de comunicación. Sin embargo, el análisis de la tendencia indica que otros impulsores de verificación están surgiendo en diferentes sectores. Estos pueden ser legislativos en los países que exigen una verificación de los indicadores ambientales en determinados sectores, o puede derivarse de una sana competencia donde los contendientes están ganando terreno a los líderes en cuanto a mejores prácticas.

Las compañías que dependen de sus consumidores tienen un enfoque más orientado al mercado que proporcionan aseguramiento a sus clientes en las reclamaciones sobre la responsabilidad corporativa. Cada vez más, las grandes cadenas minoristas, especialmente los supermercados, están atrayendo la atención pública con una gama mucho más amplia de productos y hacen reivindicaciones sobre el origen de los productos y los envases. La verificación en este sector es baja, pero esto puede cambiar conforme los clientes comiencen a buscar información más detallada en el futuro. Por otra parte, los sectores *business-to-business*, como la metalurgia, la ingeniería, la silvicultura y la construcción no tienen un vínculo directo, y por lo tanto, tienen menos presión del consumidor final.

Aunque China no se incluyó en la encuesta, los primeros informes con verificación oficial fueron emitidos en 2008. Será interesante ver la evolución.

Junto con la verificación formal, la inclusión de las opiniones y los comentarios de terceras partes parece ir en aumento. De la encuesta es difícil extraer cuán efectivas son estas cartas para tranquilizar a los destinatarios del informe, pero si las empresas están buscando una manera de reforzar la credibilidad de los informes a los ojos de un grupo de interés, entonces ésta puede convertirse en un acercamiento efectivo. Particularmente, recurrir a la opinión de grupos de interés parece positivo en un 15 por ciento. Una esfera en la que éstos pueden agregar valor es en la elección de los temas abordados en el informe; en otras palabras, el informe agrega valor si éste incluye todos los temas que son importantes para los interesados. Combinando esto con un proceso sistemático de verificación formal se podría aportar a la empresa el nivel de verificación esperado, en términos de contenido del informe y de calidad.

"La administración y las partes interesadas, por igual, están reconociendo cada vez más que la verificación de la información aumenta la credibilidad del informe de responsabilidad corporativa de la compañía. Ofrecer verificación sobre la presentación de informes de responsabilidad corporativa requiere que encontremos la forma de determinar los tipos de información que deben incluirse en dichos informes, así como los criterios apropiados sobre la verificación que puede ser proporcionada.

El IAASB está trabajando activamente en esta materia, particularmente se centra en el volumen creciente del comercio de carbono. Este trabajo es un primer paso en el proceso para lograr una mayor coherencia en la verificación sobre cuestiones de responsabilidad corporativa, y se basa en el *International Framework for Assurance Engagements and International Standards on Assurance Engagements 3000, "Assurance Engagements Other than Audits or Review of Historical Financial Information."*

Las investigaciones realizadas por IFAC asociadas con el desarrollo del informe *Financial Reporting in Supply Chain* (2007), concluyeron que los auditores están considerando los riesgos generales a los que se enfrentan las organizaciones, incluida la sostenibilidad de los riesgos, y que éste se consideró un hecho positivo.

Debido a que temas como la sostenibilidad ambiental y el desempeño social se convirtieron en conceptos vitales para los negocios, la profesión seguirá trabajando para diseñar y prestar los servicios necesarios para informar y verificar los informes en este ámbito".

Fermín Del Valle
Presidente, International Federation of Accountants (IFAC)

6.3 Verificación: por qué, cómo y qué

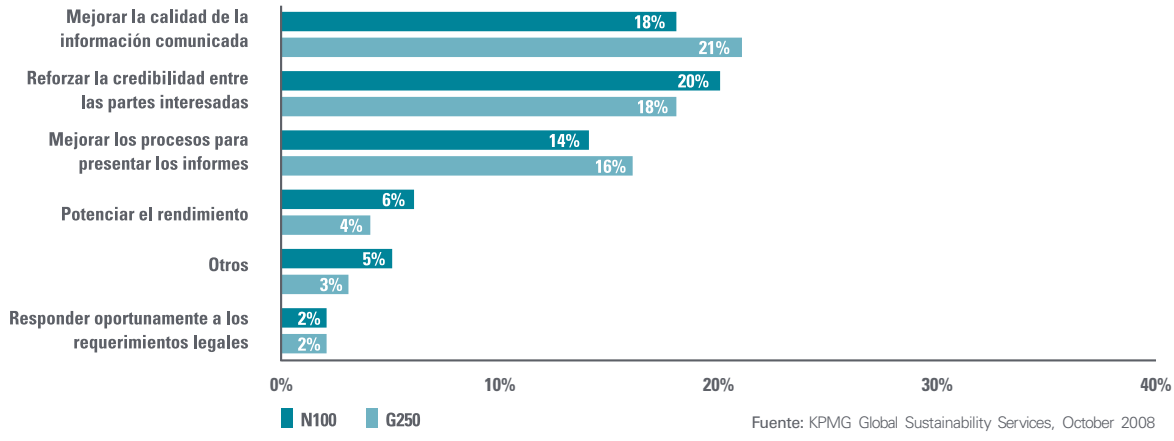
Por qué: la calidad un factor clave

Las empresas tienen muchas opciones para desarrollar un proceso de verificación que apoye su gestión de responsabilidad corporativa y su proceso de elaboración y presentación de informes. Entender lo que las empresas quieren de la verificación y por qué lo usan puede ayudar a explicar decisiones como a quién comprometer para la verificación y qué partes del informe o proceso hay que verificar.

Ambos grupos, el G250 y el N100, plantean que la credibilidad del informe y la calidad de la información suministrada son los principales impulsores de la búsqueda de verificación de un informe (Gráfico 6.7). Sin embargo, la contribución de la verificación para mejorar y garantizar la calidad y la fiabilidad de los procesos de presentación de informes de una entidad, también aparece como uno de los principales impulsores para la utilización de la verificación.

Los lectores y usuarios de los informes tienen que poder confiar en que lo que están leyendo es verdadero y exacto. En este sentido, la utilización de algún tipo de verificación permite a las empresas mejorar la credibilidad de su informe. Este factor es citado por alrededor de una quinta parte de los grupos N100 y G250 en la misma proporción.

Gráfico 6.7 Factores que motivan el uso de verificación (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, October 2008

Capítulo 6

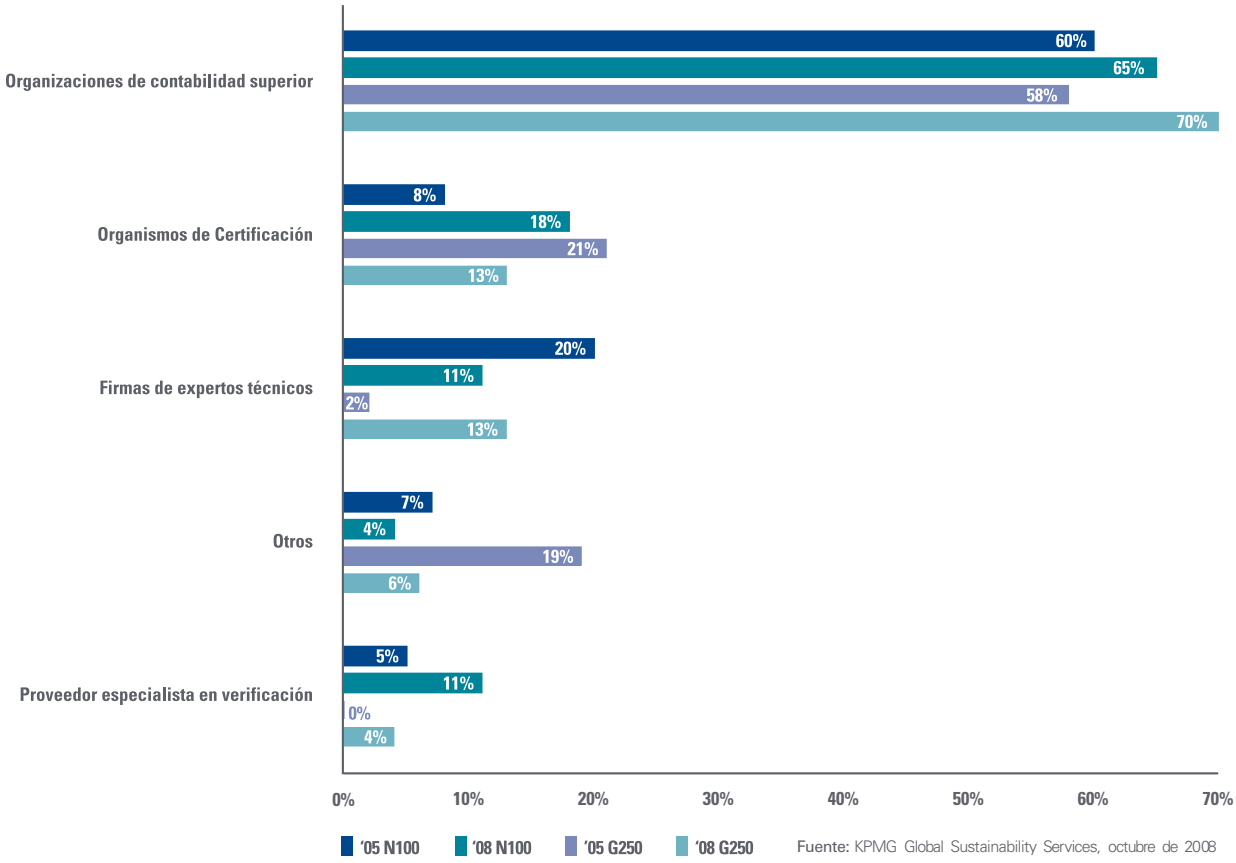
Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

Quién: elección de los proveedores de verificación

La mayoría de las empresas G250 que contratan proveedores de verificación seleccionaron a las principales organizaciones de contabilidad. Esto podría deberse a la tendencia hacia un enfoque más amplio que abarque el informe completo y el proceso que hay detrás, en lugar de secciones aisladas, tales como indicadores ambientales. Con los inversores empezando a interesarse en los datos de responsabilidad corporativa y con la reglamentación en el horizonte de muchos países, se muestra una mayor atención a los sistemas de información y controles, lo que puede conducir a las empresas, que buscan un proveedor de verificación, a optar por una organización destacada en contabilidad.

Proveedores especialistas en verificación y expertos técnicos representan aproximadamente el 20 por ciento del total de contrataciones entre las empresas N100. El uso de los organismos de certificación va en aumento a nivel país, pero en particular las empresas G250 se han alejado de este grupo. En ambas poblaciones la utilización de técnicos o expertos en la materia y de firmas especialistas proveedoras de servicios de verificación va en aumento.

Gráfico 6.8 Elección del proveedor de verificación, 2005-2008 (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Qué: algunos o todos

Las empresas pueden elegir verificar la totalidad de su informe o pueden identificar partes del informe en las que es especialmente importante que la información (a menudo los datos específicos), sea verificada.

Los grupos G250 y N100 están divididos por la mitad, cerca del 50 por ciento solicita verificación sobre el informe completo y otra mitad busca verificación para determinadas partes del informe.

De los solicitantes de verificación sólo sobre partes del informe, el 74 por ciento de las empresas G250 y el 69 por ciento de las N100 identifican indicadores específicos que quieren verificar. El 35 por ciento de ambos grupos, piden verificación sobre capítulos o secciones del informe.

Análisis de KPMG

Es interesante que la mejora de la calidad de un informe y los sistemas subyacentes se hayan reforzado como factores (impulsores) de verificación, al contrario que el de aumentar la credibilidad, que bajó ligeramente. Esto puede ser reflejo de la etapa actual o de la madurez de la presentación de informes en las compañías cubiertas por la encuesta. A medida que las empresas avanzan hacia la integración de la responsabilidad corporativa en su gestión y estrategia empresarial en general, desarrollarán e implementarán sistemas internos, controles y mecanismos de cumplimiento.

En cuanto al alcance de la verificación, sabemos por la experiencia de nuestras firmas miembro que el indicador de verificación es a menudo impulsado por requisitos de la legislación nacional sobre indicadores específicos; también es común en las primeras etapas de presentación de informes de responsabilidad corporativa donde las empresas sólo tienen sistemas de presentación de informes para un pequeño número de indicadores. A más largo plazo, los líderes del sector con procesos de presentación de informes más maduros tienden hacia una verificación de mayor alcance.

Pocas empresas estatales afirman que la mejora en su desempeño en cuanto a responsabilidad corporativa es un impulsor directo para la búsqueda de la verificación. Sin embargo, la experiencia de nuestras firmas demuestra que el proceso de verificación puede contribuir indirectamente al desempeño en general en cuanto a responsabilidad corporativa incrementado la conciencia interna, identificando áreas de mejora (por ejemplo, creando vínculos entre el gobierno y la administración) y asegurando que la gestión y el control del desempeño estén basados en información fiable.

Capítulo 6

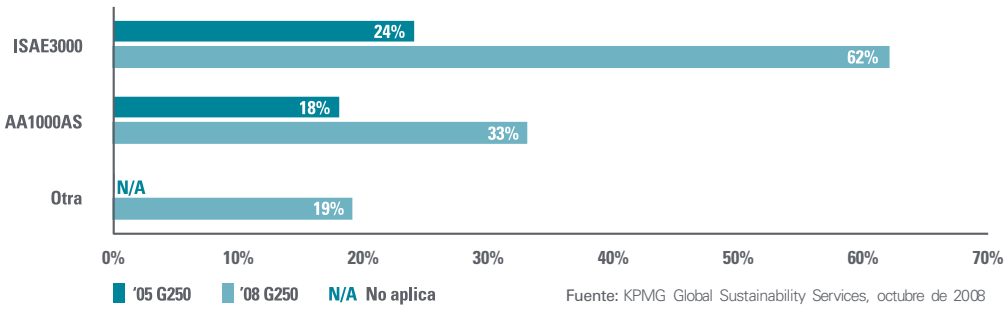
Verificación externa e informes de responsabilidad corporativa

6.4 Normas de verificación y opiniones

Desde la última encuesta efectuada por KPMG, el uso de la Norma Internacional para Encargos de Verificación, ISAE 3000 es obligatoria para las firmas de contabilidad que realizan verificación en responsabilidad corporativa. Como resultado de ello, el uso de esta norma ha aumentado considerablemente desde 2005 y ahora refleja la fuerte posición de las principales organizaciones de contabilidad que verifican informes.

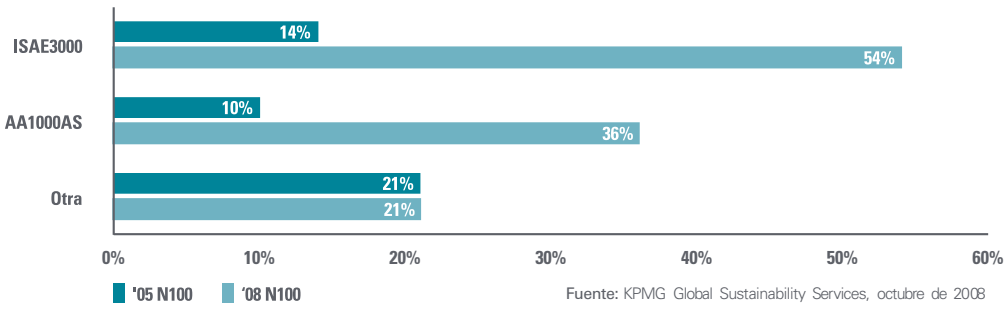
La norma de verificación para responsabilidad corporativa AA1000AS, emitida por la organización sin ánimo de lucro AccountAbility, también ha visto aumentado su uso desde 2005, siendo referenciada en el 36 por ciento de los informes de verificación (hasta del 10 por ciento) entre las empresas N100.

Gráfico 6.9 Normas de verificación utilizadas, 2005-2008 (G250)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico 6.10 Normas de verificación utilizadas, 2005-2008 (N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

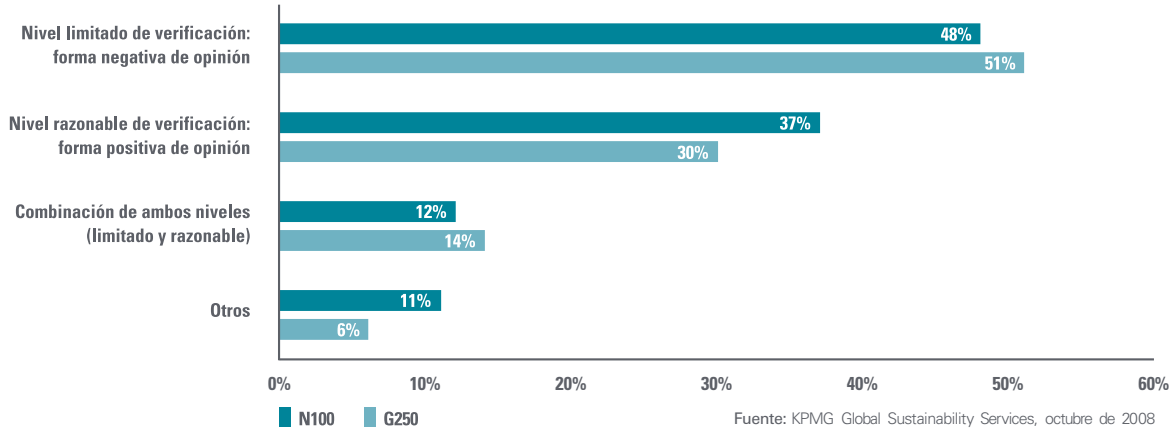
Nivel de verificación: razonable vs. limitado

Un área que ha suscitado gran polémica en los últimos años sobre la presentación de informes entre organizaciones informantes, proveedores de verificación, así como entre grupos de interés, es determinar el nivel apropiado de verificación. Las cuentas financieras son objeto de un minucioso proceso que se traduce en un "nivel razonable" de verificación con una conclusión positiva.

La encuesta demuestra que la mayoría del grupo G250 (51 por ciento) obtiene un "nivel limitado" de verificación, un nivel inferior que requiere menos trabajo de verificación del proveedor y, por tanto, costes más bajos. Esto da lugar a una conclusión negativa, que tal vez no transmite adecuadamente la considerable cantidad de trabajo realizada para verificar el informe y los procesos subyacentes. Desde una perspectiva empresarial, la elección de un nivel limitado no es sorprendente ya que la verificación de la información de responsabilidad corporativa es principalmente una actividad voluntaria.

El 30 por ciento de las empresas del grupo G250 opta por una verificación positiva (razonable) y el 14 por ciento por una mezcla de las dos. Entre la muestra del N100, el porcentaje de la búsqueda de una verificación razonable es mayor.

Gráfico 6.11 Nivel de verificación (G250 y N100)



Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Análisis de KPMG

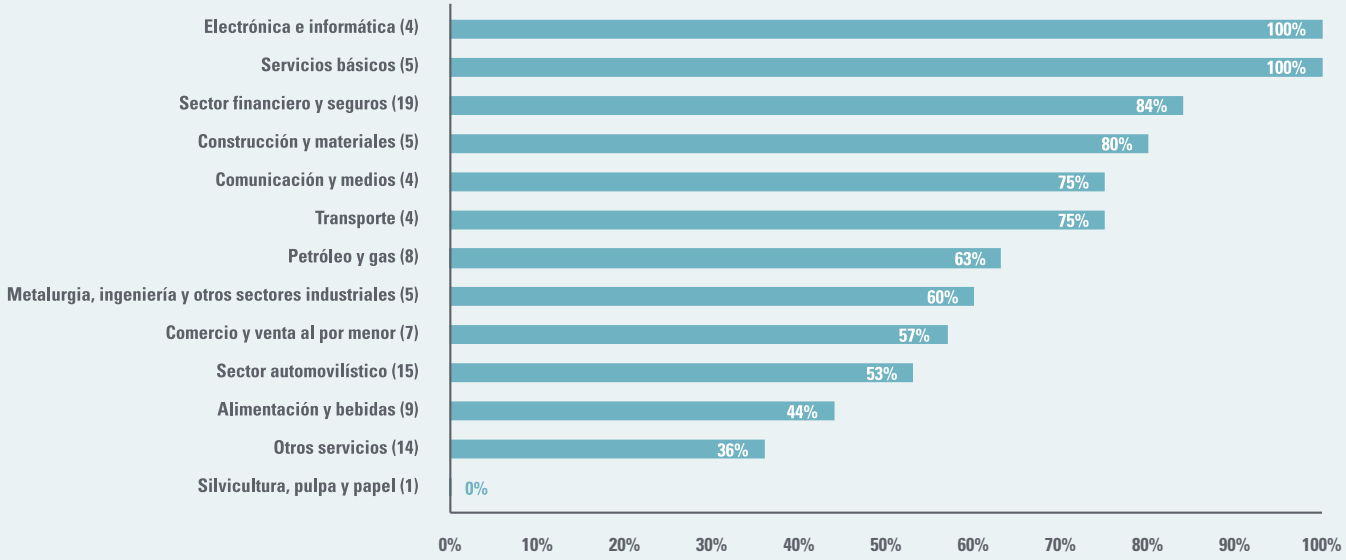
Avanzar hacia una estrategia de responsabilidad corporativa con objetivos definidos, así como el interés cada vez mayor de los grupos de interés por la credibilidad de la información incluida en los informes de responsabilidad corporativa, pueden motivar la demanda de verificaciones razonables, sobre todo para los datos de indicadores ambientales estratégicas y sociales. Para satisfacer a otros grupos de interés, es posible combinar esto con una verificación limitada en el resto del informe. Sería necesario profundizar más para ver si, por ejemplo, ya existe un vínculo entre el nivel de verificación y el alcance del trabajo de verificación (es decir, si el alcance abarca sólo los indicadores, o los informes completos).

Análisis por países

España

La presentación de informes de responsabilidad corporativa ha avanzado mucho en España en los últimos años. Sin embargo, en comparación con los países donde esta práctica está más consolidada, se puede decir que todavía queda mucho camino por recorrer. Las compañías españolas que presentan informes de RSC dan una gran importancia a la verificación externa. Más de dos terceras partes de los informes de RSC han sido verificados externamente, siendo el segundo país del estudio en cuanto a porcentaje de informes verificados. Sin embargo, todavía existe una tercera parte de las 100 empresas más importantes del país que no informa en absoluto sobre cuestiones de responsabilidad corporativa.

Gráfico I Informes de responsabilidad corporativa por sector



Fuente: KPMG Global Sustainability Services,octubre de 2008

Análisis

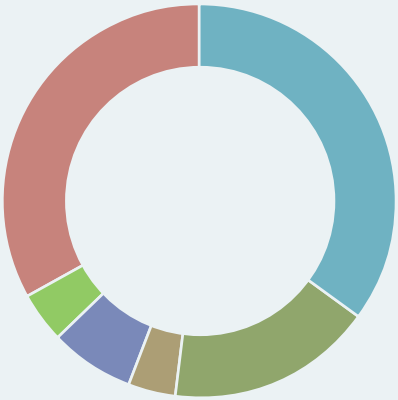
El porcentaje de información presentada en materia de responsabilidad corporativa en España se sitúa por encima de la media en todos los sectores del estudio, salvo en el "Sector forestal y papel". Los sectores que contribuyen de manera más decisiva al PIB, que son la construcción y el sector financiero y seguros, tienen una de las tasas más altas de presentación de informes, con un 80 por ciento o más de empresas que presentan formalmente información de este tipo. No obstante, sólo la mitad de las entidades del sector automovilístico, significativas en número y de gran importancia para la economía local, publican informes de responsabilidad corporativa.

La integración de la información sobre responsabilidad corporativa en los informes anuales está lejos de ser algo habitual en España. Un tercio de las compañías estudiadas no informa sobre responsabilidad corporativa en absoluto, mientras que aproximadamente una tercera parte publica un informe de responsabilidad corporativa, por separado de sus informes anuales.

Esto pone de manifiesto que poco menos de una tercera parte de las 100 empresas más importantes de España incluye informes de responsabilidad corporativa en sus informes anuales. En general, este dato se encuentra por debajo de la media de los países estudiados.

España ocupa un puesto destacado en cuanto a la verificación externa de informes de responsabilidad corporativa, situándose en la

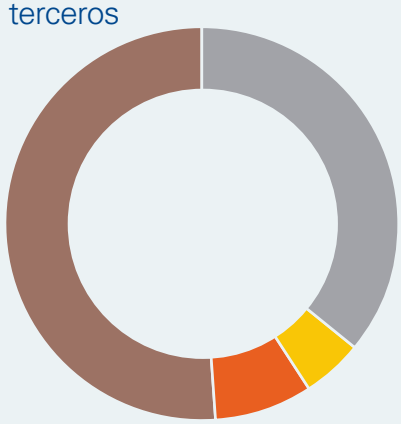
Gráfico II Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa



- **Nada Integrada** (sólo informe de RC independiente) 35%
- **Parcial** (informe de RC y apartado de RC en los informes anuales) 17%
- **Limitada** (sólo un apartado de RC en los informes anuales) 4%
- **Combinada** (información de RC combinada con los informes anuales) 7%
- **Completamente Integrada** (Información de RC completamente integrada en los informes anuales) 4%
- **Ninguna información de RC** 33%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

Gráfico III Comentarios de terceros

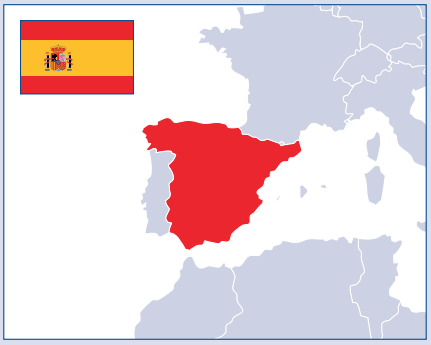


- **Sólo verificación externa** 36%
- **Sólo cometarios de terceros** 5%
- **Verificación externa y comentarios de terceros** 8%
- **Ningún comentario de terceros** 51%

Fuente: KPMG Global Sustainability Services, octubre de 2008

cabeza del grupo de entre los países estudiados. Sin embargo, un poco más de la mitad de estas 100 entidades no cuenta con ningún tipo de comentario externo por parte de terceros en sus informes. También es evidente que las 100 empresas más importantes de España prefieren utilizar sólo verificaciones formales de terceros (36 por ciento), seguidos a una distancia significativa por las empresas que se decantan por combinar la verificación externa y los comentarios al informe de terceros (ocho por ciento) y las empresas que optan únicamente por incluir comentarios de terceros (cinco por ciento).

Datos clave - España



67 entidades presentan información sobre RC

49 entidades utiliza comentarios de terceros

100% de las entidades de servicios básicos y electrónica presentan informes de este tipo

44 entidades cuentan con una estrategia de responsabilidad corporativa

47 entidades informan sobre el valor financiero o las oportunidades de negocio asociadas a la responsabilidad corporativa

Caso práctico

ACCIONA

La misión de ACCIONA es la de ser una entidad líder en la creación, desarrollo y gestión de infraestructuras, energía y gestión del agua, y contribuir activamente al bienestar social, al desarrollo sostenible y a la creación de valor para sus grupos de interés. La sociedad opera en 30 países con más de 35000 empleados, y obtuvo una facturación de 7953 millones de euros en 2007. El compromiso de ACCIONA con la sostenibilidad ha situado a la empresa en una situación de liderazgo en el sector de la construcción pesada del Índice Dow Jones de Sostenibilidad (DJSI, por sus siglas en inglés), por segundo año consecutivo.

Compromiso con los grupos de interés

Durante 2007, ACCIONA llevó a cabo un gran esfuerzo para identificar quiénes eran sus principales grupos de interés en sus mercados clave. Se realizó una consulta a todos los niveles con el propósito de comunicar los compromisos mantenidos por la compañía con los líderes de opinión y de comprender sus expectativas. Se realizaron análisis por países sobre cuestiones medioambientales y sociales, junto con la consulta, para desarrollar planes de acción específicos para sus mercados.

Comité de expertos independientes

Por segundo año, la compañía ha contado con la participación de un Comité de Expertos Independientes cuya función reside en formular preguntas sobre cuestiones que el comité considera pertinentes para los grupos de interés de ACCIONA. A partir de esto, el comité publica una opinión sobre si los informes de la compañía tienen información suficiente y adecuada sobre estas cuestiones. Esta iniciativa, junto con la verificación formal del informe, es clave para crear y mantener la confianza de los grupos de interés.

Huella de CO_2

La compañía está convencida de la necesidad de adaptarnos a una economía con bajas emisiones de CO_2 y demuestra su claro compromiso a reducir su huella de CO_2. Como parte de este esfuerzo, ACCIONA informa detalladamente sobre su actuación y sus estrategias ante el cambio climático, incluido un informe semanal en su sitio web sobre la reducción de emisiones.

Confianza

Recientemente, el equipo de Global Sustainability Services de KPMG en España y el *think tank* local, Fundación Alternativas, realizaron un estudio de opinión entre especialistas en responsabilidad corporativa. El propósito del estudio era analizar el nivel de confianza en las compañías españolas y comprender cómo son percibidas las prácticas de responsabilidad corporativa por parte de un segmento del público informado. Más del 80 por ciento de los encuestados cree que los compromisos de responsabilidad corporativa asumidos en los últimos años han tenido un efecto positivo en la gestión y dirección de las entidades españolas, y en las cuestiones sociales, éticas y ambientales. Por lo cual se asume que existe un grupo significativo de lectores de informes de Responsabilidad Corporativa.

El camino hacia delante

No cabe duda que la información de responsabilidad corporativa se ha vuelto de uso común para muchas de las compañías más grandes del mundo y se encamina en la misma dirección a nivel nacional.

Esta encuesta revisó los informes retrospectivamente para destacar los sistemas de estrategia y gestión que respaldan la responsabilidad y la transparencia respecto a asuntos sociales y ambientales. Descubrimos un campo, que en general, está madurando, con menos compañías que publican informes ante la ausencia de estrategias dominantes, y que todavía queda mucho por desarrollar en este frente.

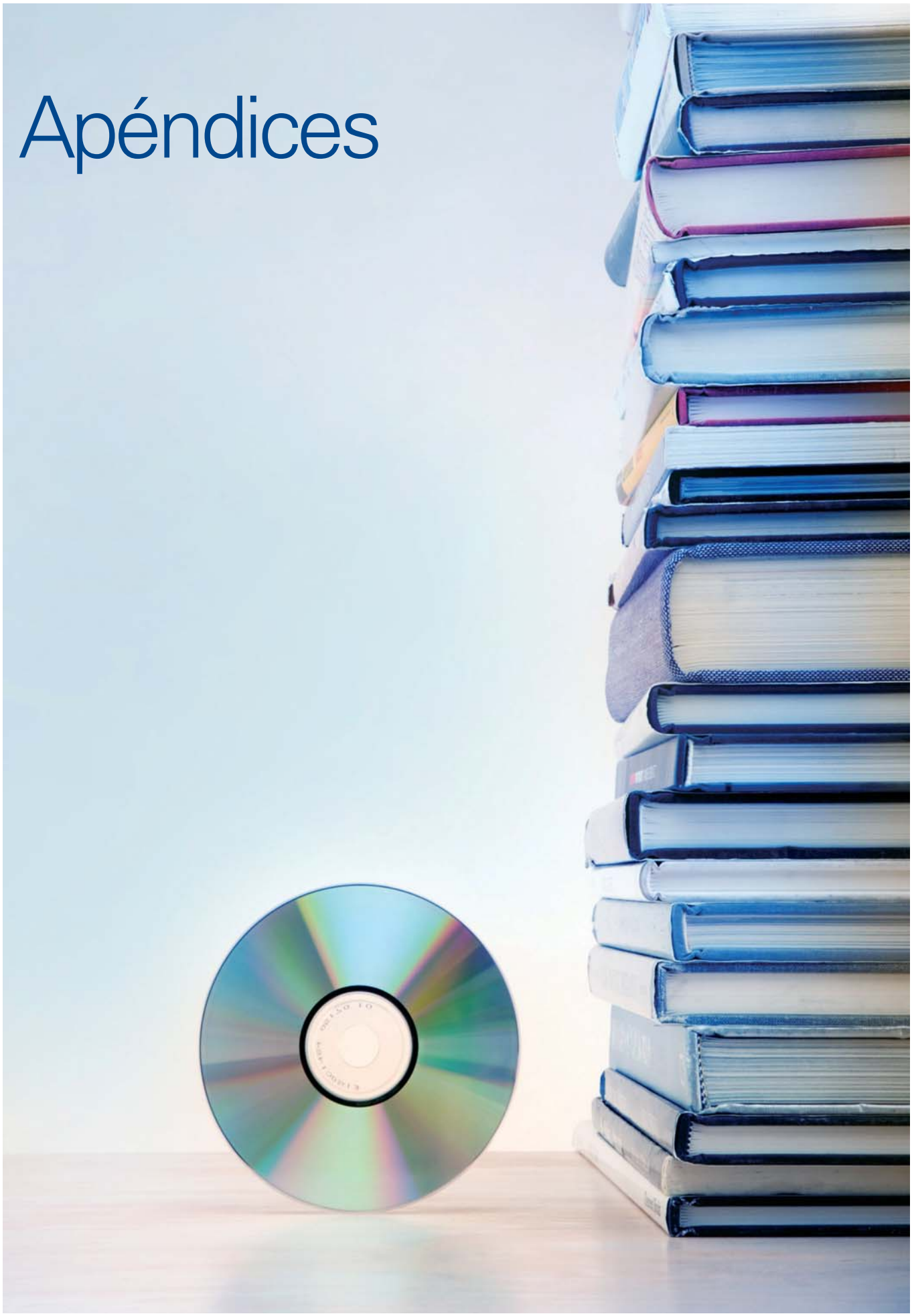
En el período preparatorio para el estudio de KPMG International sobre Informes de Responsabilidad Corporativa del año 2011, esperamos observar progresos en la manera en que las compañías gestionan los asuntos clave. En este caso, los resultados variaron en cuanto a la vinculación entre el gobierno corporativo y la responsabilidad corporativa y parece que los conceptos de gestión de cadena de abastecimiento y responsabilidad corporativa comienzan a fusionarse. Tendremos que esperar varios ciclos de elaboración de informes para que se pueda percibir si se ha producido un cambio profundo como resultado de los códigos de conducta y ética de la cadena de abastecimiento. Cabría esperar que para 2011, el clima sea un asunto completamente integrado en la gestión de la responsabilidad corporativa, incluyendo la estrategia, la divulgación de la gestión de riesgos sobre la huella de carbono por parte de la compañía y una cadena de valor más amplia, así como las oportunidades de negocio e innovaciones originadas por el cambio climático.

Sólo podemos suponer qué asuntos pasarán a un primer plano en 2011. Puede que algunos no nos resulten conocidos todavía, y otros, pueden estar esperando tranquilamente en la sombra. Los derechos humanos son un asunto a observar como también lo es el acceso a los alimentos y al agua.

Podemos esperar que para el año 2011 los grupos de lectores y de partes interesadas del mercado tengan un rol más activo en los informes y en la confección del tipo de información que se revela, como también en su formato y sus tiempos. La tecnología siempre es un factor en el desarrollo del negocio y la innovación en este campo; puede ayudar a las compañías a gestionar sus datos, comunicarse con sus grupos de interés y comprometerse en la planificación de escenarios con una visión más clara de los complejos riesgos de la responsabilidad corporativa.

Parece que informar sobre responsabilidad corporativa ha superado la fase experimental y ha empezado a ocupar su lugar como una herramienta de negocio más, que agrega una valiosa perspectiva al estado actual de desempeño de la compañía ayudando a destacar las oportunidades de crecimiento futuras, la innovación y el aprendizaje en un mundo en constante cambio.

Apéndices



Apéndice I Lista de Gráficos y Tablas

Capítulo 3

Gráfico 3.1 Empresas por sector (G250)

Gráfico 3.2 Empresas que publican un informe de responsabilidad corporativa independiente (G250)

Gráfico 3.3 Empresas con informes de responsabilidad corporativa independientes e integrados en los informes anuales, por país 2005-2008 (N100)

Gráfico 3.4 Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes anuales (G250)

Gráfico 3.5 Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa en los informes anuales (N100)

Gráfico 3.6 Factores de desarrollo de los informes de responsabilidad corporativa (G250)

Capítulo 4

Gráfico 4.1 Empresas con una estrategia de responsabilidad corporativa disponible públicamente, por país (N100)

Gráfico 4.2 Empresas con una estrategia de responsabilidad corporativa disponible públicamente, por propiedad (N100)

Gráfico 4.3 Empresas que reportan sobre oportunidades de negocio/valor financiero de la responsabilidad corporativa, por sector (N100)

Gráfico 4.4 Empresas que reportan sobre oportunidades de negocio/valor financiero de la responsabilidad corporativa, por país (N100)

Gráfico 4.5 Marcos de referencia internacionales utilizados por las empresas (G250), 2005-2008

Gráfico 4.6 Estándares de gestión y guías utilizados por las empresas (G250 y N100)

Gráfico 4.7 Objetivo para establecer relaciones con los grupos de interés (G250 y N100)

Gráfico 4.8 Medios de interacción con grupos de interés (G250 y N100)

Gráfico 4.9 Estándares para la elaboración de informes y directrices usadas por las empresas (G250 y N100)

Gráfico 4.10 Declaraciones de nivel de aplicación GRI (G250 y N100)

Gráfico 4.11 Métodos utilizados para seleccionar el contenido del informe, 2005 (G250) y 2008 (G250 y N100)

Gráfico 4.12 Formato de informes (G250 y N100)

Capítulo 5

Gráfico 5.1 Informes con una sección independiente sobre gobierno corporativo, por propiedad (G250)

Gráfico 5.2 Informes con una sección independietne sobre gobierno corporativo, por propiedad (N100)

Gráfico 5.3 Departamento donde se gestiona la responsabilidad corporativa (G250 y N100)

Gráfico 5.4 Informes que abordan los riesgos de la cadena de abastecimiento, por sector (G250 y N100)

Gráfico 5.5 Informes que abordan los riesgos de la cadena de abastecimiento, por país (N100)

Gráfico 5.6 Informes que abordan los riesgos del cambio climático, por sector (G250 y N100)

Gráfico 5.7 Tipos de riesgo del cambio climático, (G250 y N100)

Gráfico 5.8 Publicación de huella de carbono (G250)

Gráfico 5.9 Publicación de huella de carbono, por país (N100)

Gráfico 5.10 Medidas adoptadas para reducir la huella de carbono (G250)

Capítulo 6

Gráfico 6.1 Informes que incluyen una carta de verificación (G250)

Gráfico 6.2 Informes que incluyen una carta de verificación (N100)

Gráfico 6.3 Informes que incluyen una carta de verificación, por país (N100)

Gráfico 6.4 Informes que incluyen una carta de verificación, por sector (G250)

Gráfico 6.5 Informes que incluyen comentarios de terceros (distinto de una carta de verificación), por tipo (G250)

Gráfico 6.6 Informes que incluyen comentarios de terceros (distinto de una carta de verificación), por tipo (N100)

Gráfico 6.7 Factores que motivan el uso de verificación (G250 y N100)

Gráfico 6.8 Elección del proveedor de verificación, 2005-2008 (G250 y N100)

Gráfico 6.9 Normas de verificación utilizadas, 2005-2008 (G250)

Gráfico 6.10 Normas de verificación utilizadas, 2005-2008 (N100)

Gráfico 6.11 Nivel de verificación (G250 y N100)

Destacados (por país)

Gráfico I Informes de responsabilidad corporativa por sector

Gráfico II Nivel de integración de la información de responsabilidad corporativa

Gráfico III Comentarios de terceros

Tablas

Tabla 2.1 Países que han participado en el estudio 2008

Tabla 4.1 Empresas con estrategia de responsabilidad corporativa, objetivos, indicadores e información (G250 y N100)

Tabla 4.2 Elementos del Sistema de Gestión de Responsabilidad Corporativa (G250 y N100)

Tabla 5.1 Niveles de divulgación sobre sistemas de gestión de la cadena de abastecimiento (G250 y N100)

Tabla 6.1 Informes que incluyen una carta de verificación 2002-2008, por país (N100)

Apéndices continuación

Apéndice II Lista de Términos

AA
AccountAbility

CDP
Carbon Disclosure Project (Proyecto de Manifestación de Carbono)

GHG Protocol
Greenhouse Gas Protocol Initiative (Iniciativa del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero)

GRI
Global Reporting Initiative (Iniciativa de Información Global)

GSP
Global Sullivan Principles of Social Responsibility (Principios Globales de Responsabilidad Social de Sullivan)

IAASB
International Auditing and Assurance Board (Junta de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento)

ICC
International Chamber of Commerce Business Charter for Sustainable Development (Carta de Negocios para Desarrollo Sostenible de la Cámara de Comercio Internacional)

ILO
International Labour Organization (Organización Internacional del Trabajo)

IPCC
Intergovernmental Panel on Climate Change (Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático)

ISAE
International Standard for Assurance Engagements (Estándar Internacional para Proyectos de Aseguramiento)

ISO
International Organization for Standardization (Organización Internacional para la Estandarización)

OECD
Organization for Economic Co-Operation and Development Guidelines for Multinational Enterprises (Guías para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)

PRI
Principles for Responsible Investment (Principios para una Inversión Responsable)

SIF
Social Investment Forum (Foro de Inversión Social)

UDHR
Universal Declaration of Human Rights (Declaración Universal de los Derechos Humanos)

UNFCCC
United Nations Framework Convention on Climate Change (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)

UNGC
United Nations Global Compact (Pacto Mundial de las Naciones Unidas)

UNHCHR
United Nations High Commission for Human Rights (Norms for Transactional Corporations) – Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos

Apéndice III Contribuyentes Clave

Investigación realizada por:

Oficinas de Global Sustainability Services de KPMG en 22 países:

Australia, Brasil, Canadá, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Hungría, Italia, Japón, México, Noruega, Portugal, Rumanía, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza, Holanda, Reino Unido, y Estados Unidos.

Para mayor información ver Apéndice IV

Proyecto coordinado por:

KPMG Global Sustainability Services, Holanda

Wim Bartels, Martha Ordonez Lizarazo, and Koen van Bommel

PO Box 74500
1070 DB Amsterdam
Holanda
Tel: +31 (0) 20 656 4500
Fax: +31 (0) 20 656 4510
E-mail: sustainability@kpmg.nl

Informe escrito por:

Alyson Slater
alysonslater@mac.com
www.alysonslater.com

Diseñado por:

RR Donnelley Global Document Solutions

Editado por:

Sandra Pederson
sgpederson@comcast.net

Apéndice IV Información de contacto clave de Global Sustainability Services de KPMG

Australia
Oliver Wild
Sidney
Tel. +61 (2) 9335 7652
owild@kpmg.com.au

Brasil
Alexandre Heinermann
São Paulo
Tel. + 55 11 2183 3151
aheinermann@kpmg.com.br

Canadá
Chris Ridley-Thomas
Vancouver
Tel. +1 604 691 3088
cridleythomas@kpmg.ca

República Checa
Peter Lupták
Praga
Tel. +420 (0)222 123 3945
pluptak@kpmg.cz

Dinamarca
Jens Frederiksen
Copenague
Tel. +45 (38) 183 266
jvfrederiksen@kpmg.dk

Finlandia
Jan Montell
Helsinki
Tel. +358 (40) 592 4419
jan.montell@kpmg.fi

Francia
Philippe Arnaud
París
Tel. +33 (15) 568 9005
parnaud@kpmg.com

Hungría
Éva Várnai
Budapest
Tel. +36 (1) 8877 249
eva.varnai@kpmg.hu

Italia
PierMario Barzaghi
Milán
Tel. +39 (02) 676 31
pbarzaghi@kpmg.it

Japón
Akira Kajiwara
Osaka
Tel. +81 (6) 7731 1304
akira.kajiwara@jp.kpmg.com

México
Jesús González
Ciudad de México
Tel. +52 (55) 5246 8410
jesusgonzalez@kpmg.com.mx

Holanda
Wim Bartels
Amstelveen
Tel. +31 (20) 656 4503
bartels.wim@kpmg.nl

Noruega
Sarita Bartlett
Oslo
Tel. +47 4063 9343
sarita.bartlett@kpmg.no

Portugal
Cristina Tomé
Lisboa
Tel. +351 210 110 042
ctome@kpmg.com

Rumanía
Geta Diaconu
Bucarest
Tel. +40 (21) 201 2222
gdiaconu@kpmg.com

Sudáfrica
Shireen Naidoo
Johannesburgo
Tel. +27 (11) 647 6202
shireen.naidoo@kpmg.co.za

Corea del Sur
Jae Heum Park
Seúl
+82 (2) 2112 7988
jaeheumpark@kr.kpmg.com

España
José Luis Blasco
Madrid
Tel. +34 (91) 456 3527
jblasco@kpmg.es

Suecia
Jenny Fransson
Estocolmo
Tel. +46 8 7239781
jenny.fransson@kpmg.se

Suiza
Vinay Kalia
Zurich
Tel. +41 (0)44 249 2171
vkalia@kpmg.com

Reino Unido
Nigel Smith
Londres
Tel. +44 (20) 7311 1621
nigel.smith3@kpmg.co.uk

Estados Unidos
Eric Israel
Nueva York
Tel. +1 (212) 872 6098
ericisrael@kpmg.com

kpmg.es

José Luis Blasco
Socio responsable
Global Sustainability Services

KPMG en España
Paseo de la Castellana, 95
28046. Madrid.

jblasco@kpmg.es
Tel: +34 914 563 527

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

Las ideas y opiniones expresadas en este documento son del autor y no necesariamente representan las ideas y opiniones de KPMG international o de alguna de sus filiales.

© 2008 KPMG Asesores, SL, sociedad española de responsabilidad limitada, es una filial de KPMG Europe LLP y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a KPMG International, sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International, sociedad suiza.