

# Informes de Sustentabilidad: Medir y Comunicar el Valor Agregado de la RSE

La sociedad de hoy exige que las empresas comuniquen no solo datos relacionados a su desempeño financiero sino también detalles de sus operaciones. Esta nueva expectativa que surgió en los últimos 25 años a raíz de varios escándalos corporativos ha obligado a las empresas a ser más responsables de sus impactos ambientales y sociales y a transparentar sus iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).



**¿Qué han hecho las empresas respecto a esta nueva exigencia?** Las compañías han tratado de llegar a sus públicos de interés con mensajes estratégicos sobre sus avances en RSE a través de varios mecanismos como ser artículos de prensa, eventos, páginas en Internet, e-mails, boletines, informes de sustentabilidad o informes sociales, etc. El uso de los Informes de Sustentabilidad como herramienta para medir y comunicar el valor agregado de la RSE comenzó en 1989 cuando *Ben & Jerry* publicó su primer Informe Social. *Shell* en 1991 fue la segunda empresa que publicó su primer informe y de ahí en adelante se sumaron otras empresas pioneras a esta nueva tendencia. En América Latina, [Natura](#) fue la primera empresa en la región que publicó un Informe de Sustentabilidad hace 11 años. En la última década ha habido un gran crecimiento a nivel global en el número de empresas que publica un Informe de Sustentabilidad.

Este movimiento ha sido apoyado por el trabajo del [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#), una organización fundada en 1997 que ha creado una Guía para la elaboración de informes de sustentabilidad. El propósito de esta Guía es contribuir a que la información que divulguen las empresas sobre las áreas económica, social y medioambiental se elabore conforme a unos criterios homogéneos de forma que sea fácilmente comparable. En la actualidad, el uso de la **Guía del GRI** para la creación del Informe de Sustentabilidad se ha transformado en una mejor práctica. Ya hay más de 11.000 empresas que han usado esta guía en todo el mundo.

## ¿Cuál es el verdadero valor de los Informes de Sustentabilidad?

En 2012, GRI realizó una encuesta para entender el valor de los Informes de Sustentabilidad en la que participaron 5.000 lectores y 100 redactores de Reportes. Los resultados de la encuesta se publicaron en un informe titulado "*Reporting Change*" y fueron muy interesantes. Los lectores y los escritores coincidieron con algunas de sus respuestas. Según ellos, el publicar un Informe de Sustentabilidad ayuda a la empresa a mejorar sus procesos internos y rendir cuentas a la sociedad según metas específicas y cuantificables sobre su desempeño en RSE. **Para empresas con un compromiso serio en RSE, el Informe de Sustentabilidad puede ser una buena herramienta de medición y comunicación sobre sus avances.**

Lamentablemente en la práctica hay un porcentaje elevado de empresas que publica un Reporte porque piensa que es una moda o como estrategia de marketing. Su intención no es hacer las cosas bien y después mostrar, sino mostrar lo poco que la empresa hace con grandes

palabras. Estos informes son fáciles de detectar porque carecen de profundidad y no incluyen metas específicas, información negativa y/o información sobre metas no cumplidas.

Por otro lado, hay informes que se destacan por la seriedad y alcance de la información y por la forma creativa como miden y comunican el valor agregado de la RSE. Uno de ellos es el nuevo **Informe de Sustentabilidad 2012 de Natura** que sigue marcando tendencia en América Latina. Esta nueva edición ofrece un excelente contenido interactivo y de lectura dinámica, e incluye las metas no cumplidas del período, como ser la disminución de emisiones de carbono que no fue suficiente. También se destaca el **Informe de Sustentabilidad 2012 de Coca Cola Enterprises**, que muestra cómo la empresa ha avanzado en 37 metas en siete áreas de RSE.

### ¿Cuál es el verdadero valor del Informe para los grupos de interés?

En la encuesta realizada por el GRI en el 2010, el 60% de lectores manifestó que después de leer el Informe de Sustentabilidad se sentían más conectados con la empresa. Éste es un dato muy positivo. Cuando se les preguntó a lectores y escritores si veían el Informe como una herramienta de involucramiento con grupos de interés, el 57% de los escritores respondió afirmativamente, mientras que solo el 17% de los lectores estuvo de acuerdo con esta respuesta. La conclusión del estudio del GRI es que el Informe sirve para rendir cuentas frente a los grupos de interés pero no como una herramienta de involucramiento.

En la práctica, son pocos los informes que muestran la retroalimentación que recibe la empresa de sus grupos de interés. Parece que las empresas temen las voces críticas de los grupos de interés y solo publican los comentarios positivos. Para ganar más confianza con los *stakeholders*, sería importante que en el futuro las empresas dejaran de lado este temor y comenzaran a publicar lo bueno y lo malo de sus interacciones con estos grupos. Por ejemplo, en el tema proveedores, la empresa debería publicar el número de auditorías realizadas, el número de proveedores que no pasan las auditorías, y las preocupaciones que tienen los mismos o cómo se sienten respecto a la empresa.

### ¿Quién lee los Informes de Sustentabilidad?

En realidad, son pocos los grupos de interés que se toman el tiempo para leer el Informe. Los inversionistas piden copias cuando evalúan una empresa para posibles inversiones. Los futuros empleados, sobre todo los jóvenes pertenecientes a la "Generación Y" que buscan trabajar en una empresa con propósito, buscan el Informe de Sustentabilidad en la página web de la empresa. Muchas organizaciones publican el Reporte en su Intranet y esperan que los empleados lo lean. Menos del 5% de los empleados lee el informe porque le interesa el tema, la mayoría no lo lee. Por otro lado, es posible que algún grupo activista que piensa que la empresa no hace lo suficiente en RSE lea el Informe para asegurarse que la compañía está haciendo las cosas bien.

Si son tan pocos los grupos de interés que leen el Informe de Sustentabilidad, ¿por qué la empresa invierte tiempo y dinero en su creación y publicación? A pesar de que son pocos los grupos de interés que leen el Informe, la organización no puede darse el lujo de no publicarlo, ya que sería una demostración que no quiere transparentar lo que hace en RSE. Para ganar credibilidad, reputación y confianza con la sociedad las empresas deben publicar lo que hacen en materia de sustentabilidad.



**Celina Pagani-Tousignant**

Miembro de Boston College Center for Corporate Citizenship, Presidenta y fundadora de Normisur International

Presidente y fundadora de la empresa Normisur International ([www.normisur.com](http://www.normisur.com)). Nacida en Uruguay, tiene un M.A. en Psicología Clínica. Autora del libro “Rompiendo las reglas – asesorando minorías étnicas” así como también de numerosos artículos. Certificación Life Coaching de John F. Kennedy University y Certificación en Integral Coaching de New Ventures West (San Francisco, California). Su carrera corporativa se realizó en grandes empresas americanas como Pacific Gas & Electric Co. y Levi Strauss & Co. donde abarcó temas respecto al desarrollo de la fuerza laboral y relaciones con la comunidad. Miembro facultativo de varias organizaciones mundiales relacionadas a la RSE: Boston College Center for Corporate Citizenship (BCCCC), World at Work, Tecnológico de Monterrey (México) y Center for Corporate Citizenship Deutschland (CCCD) (Alemania). Ha trabajado con el Servicio Médico de la Cámara Chilena de la Construcción, Tellus Institute, BID, Forum Empresa y con ejecutivos de Tailandia, Mongolia, Europa, Sudáfrica, Vietnam y Malasia. Dicta conferencias presenciales a través del programa de cooperación del Departamento de Estado de los EE.UU., habiendo dictado cursos sobre RSE en diversos países de Latinoamérica y del mundo. Fue docente en el Diplomado Internacional de RSE dictado por Vincular (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso), en la John F. Kennedy University, el Boston College Center for Work and Family, el Boston College Sloan Center for Aging & Work y fue miembro del Consejo Directivo de Upwardly Global. Coach ejecutiva, tutora internacional y líder de opinión en temas de RSE con varios clientes en EEUU, México, El Salvador, Costa Rica, Uruguay, Mongolia, Perú y otros países.