



Global
Reporting
Initiative™



Oxfam Novib

Fundamentar las decisiones, impulsar el cambio

El papel de los datos
en un futuro sostenible



Índice

Prólogo	3
Resumen	4
Introducción	6
 Sociedad civil	8
 Inversores y agregadores	14
 Empresas	21
 Gobiernos y reguladores del mercado	28
 Medios de comunicación	35
Recomendaciones	42
Agradecimientos	43

Prólogo

La elaboración de memorias de sostenibilidad es ya una práctica habitual en las mayores empresas del mundo y origina un enorme volumen de datos relativos al desempeño en materia de sostenibilidad. La cantidad de datos disponible aumenta año tras año, de modo que los distintos grupos de interés tienen la oportunidad de aprovechar esa información para promover un cambio positivo.

Las memorias de sostenibilidad resultan útiles a numerosos grupos de lectores y usuarios, especialmente en el contexto de los países en desarrollo y los mercados emergentes, donde con frecuencia más se hacen notar los impactos sobre la sostenibilidad y donde la necesidad de abordarlos es más acuciante. Esos grupos se beneficiarían enormemente si comprendieran mejor el proceso de elaboración de memorias y aprendieran a utilizar los datos que incluyen para impulsar su trabajo —ya se trate de promoción, alianzas, acción del consumidor, decisiones de inversión o mejora de la información pública sobre las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad.

Sin embargo, observamos que todavía no se ha desarrollado todo el potencial de las memorias de sostenibilidad. Se trata de una oportunidad perdida, no solo para quienes las elaboran, sino también en cuanto a su posible contribución a un cambio sostenible, a un mundo justo y a la mitigación de la pobreza.

Es preciso explotar al máximo las posibilidades de los datos de sostenibilidad para fundamentar y empoderar un cambio que aborde algunos de los retos más apremiantes en el ámbito de la sostenibilidad mundial. Para acometer tal empresa debemos entender cómo se están utilizando actualmente los datos de sostenibilidad que las empresas y organizaciones hacen públicos para promover cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible. Por el momento, sabemos relativamente poco al respecto, más allá de ciertos indicios.

Así pues, el presente estudio constituye un inventario de referencia de los usos que los diferentes grupos están dando a los datos de desempeño en materia de sostenibilidad; explica resumidamente los resultados y las consecuencias de tales usos en la promoción de un cambio de conducta; y ofrece ejemplos ilustrativos de los retos y las posibilidades que plantea su utilización. Ayuda en gran medida a conocer el modo en que los datos de sostenibilidad pueden servir para empoderar a

los grupos de interés, y cómo pueden aprovecharse para impulsar el cambio. Puesto que resulta prioritario para la sostenibilidad, se hace especial hincapié en el contexto de las economías emergentes y los países en desarrollo.

El estudio concluye con una serie de recomendaciones para las organizaciones que elaboran memorias, los gobiernos, los proveedores de datos, los promotores, GRI y otras partes interesadas sobre cómo pueden sacar el máximo partido de los datos de sostenibilidad con miras a fundamentar y empoderar el cambio. Esperamos que estas recomendaciones sean un primer paso para que los datos relativos al desempeño reciban más atención en la transición a una economía mundial sostenible.

Alison Slater
Directora de Desarrollo Sostenible y Redes Regionales, GRI

Gine Zwart
Asesora Principal de Responsabilidad Empresarial, Oxfam Novib



Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo financiero de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO) de Suiza.

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Departement of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Esta traducción ha sido posible gracias al apoyo financiero de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Sida).



Resumen

Bienvenidos a la era de los macrodatos, en la que, gracias al progreso de la transparencia, una enorme cantidad de información acerca del desempeño de las empresas se incorpora todos los días al creciente conjunto de datos sobre sostenibilidad. El presente informe constituye un punto de partida que ayuda a entender mejor el modo en que los distintos grupos de interés emplean los datos de sostenibilidad. Provistas con esta información, las organizaciones pueden adaptar los datos que divultan sobre su desempeño en materia de sostenibilidad, y los diferentes grupos pueden descubrir cómo usar esos datos de manera más eficaz.

Este informe llega en un momento oportuno, dado que los Objetivos de Desarrollo Sostenible mundiales se presentarán en 2015, y sirve para entablar un diálogo sobre la mejor manera de garantizar que los datos de sostenibilidad sean una herramienta precisa, disponible y ventajosa que contribuya a construir un futuro sostenible.

La investigación y el informe

GRI ha colaborado estrechamente con Oxfam, BSD Consulting y Tell Lucy en la elaboración de este informe. Oxfam aportó un valioso liderazgo intelectual al proyecto, ofreciendo impresiones e ideas, y ayudando a recopilar la información que constituye la base del informe. GRI encargó la labor de investigación a BSD Consulting, cuya red internacional de consultores ha permitido reunir puntos de vista de todo el mundo. Lucy Goodchild van Hilten tradujo las investigaciones, entrevistas y perspectivas que se incluyen en el informe.

El trabajo de investigación se dividió en tres partes: la investigación documental, las entrevistas y el diálogo virtual a través de un centro de estudio en línea creado en la plataforma de participación Convetit. El diálogo se celebró a lo largo de cinco jornadas en febrero de 2015 y sirvió para identificar una serie de casos que ejemplifican el uso de los datos de sostenibilidad por parte de los grupos de interés, priorizar los casos y efectuar recomendaciones. Se formó una red que aportó impresiones sobre la situación de las memorias en cada región: A los representantes de BSD en América del Sur, América del Norte, Asia y Europa, así como a los de Incite en Sudáfrica, se les asignó el desarrollo de estudios de caso acordes con cinco categorías: sociedad civil, inversores, empresas, gobiernos

y medios de comunicación. Las entrevistas arrojaron luz sobre el modo en que cada grupo de interés utiliza los datos relativos a la sostenibilidad.

Cada sección del presente informe expone tres aspectos sobre el uso que el grupo de interés correspondiente hace de los datos referentes a su desempeño en materia de sostenibilidad. Cada uno de esos aspectos se ilustra con un estudio de caso. Las recomendaciones de los diferentes grupos se recogen en sus secciones respectivas y se reúnen en la sección de recomendaciones, en la parte final del informe.

Sociedad civil

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) deben desempeñar diversas funciones en defensa de las personas y el medio ambiente. Para lograr sus objetivos no solo recurren a la promoción, sino a todo un conjunto de estrategias, especialmente en los países en desarrollo. Al situar a las empresas y los gobiernos en primer plano, las OSC aportan las herramientas y las ideas que los ciudadanos necesitan para obligarlos a rendir cuentas y exigir una mayor transparencia. A nivel interno, los datos relativos a la sostenibilidad ayudan a las OSC a optimizar su eficacia. Con los estudios de casos de la campaña «Tras la marca» de Oxfam, la Bench Marks Foundation y Buycott, la investigación pone de manifiesto que las OSC utilizan los datos de sostenibilidad para promover la rendición de cuentas y la mejora del desempeño de las empresas, así como para empoderar a los ciudadanos para que tomen decisiones razonadas.

Inversores

La comunidad de inversores depende de los datos de desempeño para tomar sus decisiones. Cuando buscan una cobertura amplia y datos de referencia, los inversores pueden recurrir a los agregadores y a las agencias de calificación. Estas agencias, a su vez, se benefician internamente de la utilización de los datos de sostenibilidad. Su negocio se basa en los datos, que por tanto son fundamentales para su actividad. Con los estudios de casos del índice Global 100, la calificación anual de las empresas indias desde una perspectiva ambiental, social y de gobernanza (ESG Scorecard) y CSRHub, el informe demuestra que

los datos desglosados pueden fomentar la competencia entre las empresas con el propósito de que mejoren su desempeño, informar a los inversores para que tomen decisiones motivadas y dirigir la atención hacia las empresas sostenibles.

Empresas

Las compañías basan sus decisiones internas y externas en los datos de sostenibilidad —tanto en los propios como en los de otras empresas—, desde la elección de proveedores hasta el establecimiento de indicadores clave del desempeño. Entre los numerosos beneficios internos de emplear los datos se encuentra la implicación de los directivos en la búsqueda de un mejor desempeño en materia de sostenibilidad. Los ejemplos de Future-Fit Business Benchmark, PivotGoals y Bridgestone ponen de manifiesto las ventajas que se derivan del uso de la información relativa a la sostenibilidad: el estudio de ciertas cuestiones que deben considerarse con miras a un éxito futuro, el establecimiento de objetivos ambiciosos y la mejora del desempeño, así como la adaptación interna de la información para incrementar los beneficios externos.

Gobiernos y reguladores del mercado

Las políticas buscan un equilibrio entre el crecimiento económico y el desarrollo social y ambiental. Cada vez es más frecuente que los reguladores tengan en cuenta los factores relacionados con la sostenibilidad cuando diseñan políticas dirigidas a las empresas. Los gobiernos, los reguladores del mercado y las asociaciones pueden dar ejemplo a las empresas de sus circunscripciones y publicar sus propios datos de desempeño en materia de sostenibilidad. El informe analiza los casos del índice de transparencia de la información corporativa (CITI) de China, la Asociación Sudafricana de las Industrias Químicas y las Industrias Conexas (CAIA) y Abradee, en Brasil, que demuestran que los datos permiten a los reguladores y las asociaciones vigilar los progresos conjuntos, mejorar el desempeño de los colectivos y recompensar los efectos positivos.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación deben contribuir decisivamente a la salud de la democracia y a la promoción del desarrollo sostenible. Para impulsar un cambio positivo en las cuestiones de sostenibilidad, las organizaciones de los medios de comunicación deben acceder a datos fiables y sólidos en este ámbito. Tales organizaciones pueden dar ejemplo mediante la divulgación de sus propios datos de desempeño. A través de los casos del Instituto Schuster para el Periodismo de Investigación, la sección de sostenibilidad empresarial de The Guardian (GSB) y los premios «Investing in the Future» de *Mail&Guardian*, el estudio demuestra que las organizaciones de los medios fundamentan sus investigaciones en los datos y se sirven de estos para denunciar la corrupción, tratar cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y publicar clasificaciones de desempeño.

Recomendaciones

Cada grupo de usuarios destacó diferentes retos y oportunidades, con convergencias notables; surge así un conjunto de recomendaciones dirigidas a cuatro grupos:

- Gobiernos y reguladores: Elaborar un entorno normativo propio; desarrollar una serie de opciones de divulgación a partir de la guía estándar; dar apoyo a la pequeña y mediana empresa
- Organizaciones que elaboran memorias: Garantizar la precisión y la franqueza de los datos; usar medidas estándar; tener en cuenta el contexto
- Usuarios de las memorias: Prestar atención al contexto; valorar el desempeño con perspectiva; mantener la objetividad
- GRI: Aprovechar la tecnología; contextualizar los datos y desarrollar la capacidad

GRI está fundamentando en los resultados del presente estudio su estrategia y práctica futuras en tres ámbitos: mejorar las normas para la elaboración de memorias, a fin de aumentar lo más posible su utilidad para los usuarios; utilizar la tecnología para crear una plataforma que facilite una comunicación sobre la sostenibilidad eficaz que vaya más allá de la publicación de las memorias; y movilizar a las comunidades de usuarios en relación con los beneficios y el valor de los datos que se divultan con miras a satisfacer sus necesidades.

Introducción

Bienvenidos a la era de los macrodatos, en la que, gracias al progreso de la transparencia, una enorme cantidad de información acerca del desempeño de las empresas se incorpora todos los días al creciente conjunto de datos sobre sostenibilidad. Este sector, que ya cuenta con información procedente de decenas de miles de memorias de sostenibilidad, evoluciona constantemente, dando a diversos grupos la oportunidad de emplear esos datos para acelerar la transición hacia una economía mundial sostenible.

Las empresas de las economías en desarrollo y emergentes contribuyen de manera significativa al creciente conjunto de datos sobre sostenibilidad. Según un estudio publicado en el **número de abril de 2015 del Journal of World Business**, «las empresas de las economías emergentes —sobre todo las asiáticas y sudamericanas— suelen publicar memorias de sostenibilidad más exhaustivas que las de la mayoría de las compañías de los países desarrollados». Las empresas de los países en desarrollo están expuestas directamente a los principales problemas de sostenibilidad actuales y conocen de primera mano la repercusión de sus actividades en el medio ambiente y la sociedad; por ejemplo, a través de sucesos relacionados con el cambio climático y la pobreza. La investigación señala que «la mayor amplitud de las memorias elaboradas por las empresas de los países en desarrollo puede ser reflejo de su mayor exposición a una serie de retos en el ámbito de la responsabilidad social empresarial que son específicos de los contextos en que desarrollan su actividad».

Los investigadores responsables del estudio, adscritos a la escuela Royal Holloway de la Universidad de Londres, y a la Universidad de Leeds (ambas del Reino Unido), analizaron el contenido de 933 memorias de sostenibilidad conformes con GRI elaboradas por empresas de 7 sectores y 30 países. Su hipótesis era que el contenido de las memorias presentaría variaciones en función del país y el sector, y señalaron que «un sistema adecuado de elaboración de memorias debe empoderar a los grupos de interés mediante la provisión de información referente a la sostenibilidad. Asimismo, ha de contribuir a que las empresas sean transparentes y rindan cuentas de aquellos aspectos de su desempeño en materia

de sostenibilidad que resulten más relevantes para sus grupos de interés, y estos deberían ser capaces de integrar esa información en sus decisiones».

Sin embargo, los investigadores descubrieron que gran parte de las memorias no se elaboraban en función de las cuestiones materiales, y afirman que aún queda trabajo por hacer para que la información sea óptima: «Hablando claro, da la impresión de que los grupos de interés esperan que las empresas publiquen memorias de sostenibilidad, pero no necesariamente tienen previsto leerlas. Tanto las empresas que redactan memorias como sus grupos de interés deben intensificar sus esfuerzos para que las memorias de sostenibilidad desarrollen todo su potencial».

Curiosamente, las organizaciones afirman que sus grupos de interés usan y se benefician de las memorias de sostenibilidad que ellas publican. Aunque es posible que exista margen de mejora en cuanto a la información que las empresas incluyen en sus memorias, es evidente que muchos grupos de interés ya utilizan los datos disponibles para promover el cambio hacia un futuro sostenible. No obstante, hasta la fecha se ha investigado poco sobre quién utiliza los datos y cómo respalda con ellos su trabajo.

El presente informe constituye un punto de partida que ayuda a entender mejor el modo en que los distintos grupos de interés emplean los datos de sostenibilidad. Provistas con esta información, las organizaciones pueden adaptar los datos que divulgan sobre su desempeño en materia de sostenibilidad, y los grupos pueden descubrir cómo usar esos datos de una manera más óptima.

En 2015 entra en vigor un nuevo conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible mundiales, metas a 15 años que nos indican el camino hacia un futuro sostenible. Los datos serán fundamentales para perseguir esos objetivos, dado que ponen de manifiesto cuáles son los ámbitos susceptibles de mejora en el desempeño de la sostenibilidad empresarial y la transparencia. Para explotar todo su potencial como herramienta de decisión, la accesibilidad de los datos es tan importante como su calidad. La racionalización, el análisis e incluso la visualización de los datos contribuirán en gran medida al desarrollo de políticas y darán forma a nuestro futuro común.

Este informe llega en un momento oportuno y sirve para entablar un diálogo sobre la mejor manera de garantizar que los datos de sostenibilidad sean una herramienta precisa, disponible y ventajosa que contribuya a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a construir un futuro sostenible.

La investigación

El trabajo de investigación se dividió en tres partes: la investigación documental, las entrevistas y el diálogo virtual a través de un centro de estudio en línea creado en la plataforma de participación Convetit. El diálogo se celebró a lo largo de cinco jornadas en febrero de 2015 y sirvió para identificar una serie de casos que ejemplifican el uso de los datos de sostenibilidad por parte de los grupos de interés, priorizar los casos y efectuar recomendaciones. En el proceso participó un selecto grupo de profesionales, expertos y líderes intelectuales en los ámbitos de la sostenibilidad y la elaboración de memorias integradas; 115 personas se incorporaron al centro de estudio, en el que más de 30 tuvieron una participación activa.

El centro de estudio generó más de 20 ejemplos de iniciativas en las que las empresas y sus proveedores, terceras organizaciones, entidades públicas e intermediarios utilizaron o se habrían beneficiado de la utilización de los datos de sostenibilidad de las memorias anuales en la consecución de los objetivos de su misión. El diálogo concluyó con una teleconferencia a través de Google Hangout con dos representantes de GRI —Alyson Slater, Directora de Desarrollo Sostenible y Redes Regionales, y Pietro Bertazzi, Directivo Superior de Políticas y Asuntos Gubernamentales—, que comentaron las conclusiones y las oportunidades.

Se formó una red que aportó impresiones sobre la situación de las memorias en cada región: A los representantes de BSD en América del Sur, América del Norte, Asia y Europa, así como a los de Incite en Sudáfrica, se les asignó el desarrollo de estudios de caso acordes con cinco categorías: sociedad civil, inversores, empresas, gobiernos y medios de comunicación. Después del estudio en línea, las entrevistas permitieron conocer en mayor profundidad el modo en que cada grupo de interés emplea los datos de sostenibilidad. Se preguntó a los entrevistados por qué y cómo utilizan esos datos, qué repercusión tienen, y cuáles son los retos y las oportunidades que plantean.

El informe

Los resultados del centro de estudio, la investigación documental y las entrevistas se analizaron y se incluyeron posteriormente en el presente informe dentro de cinco secciones:

- Sociedad civil
- Inversores y agregadores
- Empresas
- Gobiernos y reguladores del mercado
- Medios de comunicación

Cada sección expone tres aspectos sobre el uso que el grupo de interés correspondiente hace de los datos referentes a su desempeño en materia de sostenibilidad. Cada uno de esos aspectos se ilustra con un estudio de caso.

Las lecciones de los grupos de interés se recogen en sus secciones respectivas y se reúnen al final del informe, en la sección de recomendaciones.



Sociedad civil



De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, las organizaciones de la sociedad civil (OSC) suelen considerarse «organizaciones voluntarias no estatales, sin ánimo de lucro, integradas por personas de ese ámbito social». Entre las OSC se encuentran una diversidad de organizaciones, asociaciones, redes e incluso movimientos que trabajan en pos de objetivos de interés común.

Realizan un trabajo esencial en todo el mundo, especialmente en los países en desarrollo, al dirigir la atención hacia las empresas y los gobiernos, y aportar las herramientas y las ideas que los ciudadanos necesitan para obligarlos a rendir cuentas y exigir una mayor transparencia.

Los datos de sostenibilidad son clave en esa función. Muchas OSC recopilan, analizan y divultan cantidades enormes de datos sobre las empresas con el propósito de ayudar a los ciudadanos a tomar decisiones más sostenibles. La sociedad civil es un grupo de interés importante para las compañías, cuyo desempeño en materia de sostenibilidad vigila con atención. GRI colabora con numerosas OSC en el desarrollo de su Guía para la elaboración de memorias, que las OSC pueden utilizar tanto a nivel interno como en la vigilancia del desempeño de las empresas, y en la promoción de la transparencia a fin de mejorar la toma de decisiones en favor de una economía mundial sostenible.

Beneficio interno: garantizar la plena eficacia

Las OSC y las empresas presentan muchas disimilitudes, entre ellas el modo en que miden el éxito de sus actividades. GRI trabajó con diversas ONG en la elaboración de una guía específica para la redacción de memorias —un conjunto a medida de directrices entre las que se incluyen indicadores de desempeño desarrollados expresamente para las ONG, con ánimo de capturar los aspectos que más importan—. Esa guía abarca cuestiones específicas del sector, tales como la eficacia de los programas, la conciencia y la sensibilización pública, y la asignación de recursos.

Al usar los datos relativos a la sostenibilidad, las OSC persiguen sus objetivos de manera más eficaz; empoderar a los ciudadanos, impulsar la rendición de cuentas y ayudar a mejorar el desempeño de las empresas contribuye a multiplicar exponencialmente el impacto positivo de sus actividades.

Evaluar y comprender los datos de sostenibilidad de otras entidades también ayuda a las OSC a conocer su propia repercusión. Tener en cuenta los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en sus objetivos y estrategia, y vigilar el desempeño en materia de sostenibilidad, permite a las OSC mejorar su propio desempeño y, al mismo tiempo, tener una mayor repercusión y reducir sus gastos administrativos.

Al usar los datos relativos a la sostenibilidad, las OSC también benefician a terceros. A continuación evaluamos tres contribuciones significativas a una economía mundial sostenible que se derivan de la utilización de los datos sobre sostenibilidad, así como varios estudios de casos:

- Promover la rendición de cuentas
- Impulsar la mejora del desempeño
- Empoderar a los ciudadanos

Promover la rendición de cuentas

Muchas OSC existen para apoyar una causa y obligar a las empresas a rendir cuentas de su impacto en la sociedad, el medio ambiente y la economía. Los datos de desempeño en materia de sostenibilidad sirven a las OSC para trazar un retrato realista de las actividades, el desempeño y los impactos de las empresas, y para hacerlas responsables de sus actos.

Por ejemplo, la campaña **«Tras la marca»** de Oxfam accede a los datos ambientales, sociales y de gobernanza disponibles —es decir, los publicados en las memorias y los sitios web de las empresas— y evalúa los progresos de las diez empresas de alimentos y bebidas más importantes en la promoción de una cadena de suministro sostenible. La información que Oxfam recoge narra una historia apasionante, que ha animado a las grandes marcas a rendir cuentas de su desempeño

«A raíz de nuestra actividad de acceso a los datos, hemos apreciado cambios cualitativos en las memorias de las principales corporaciones y, en algunos casos, mejoras sobre el terreno a la hora de mitigar los impactos en determinadas comunidades».

David van Wyk, Bench Marks Foundation



en materia de sostenibilidad, así como del de sus cadenas de suministro. Además, al poder consultar esa información, los grupos de interés principales —entre ellos, los bancos y los inversores— pueden llevar a cabo sus propios análisis, lo que alienta a las compañías a ser más responsables.

De forma parecida, el Fondo Mundial para la Naturaleza estimula la rendición de cuentas mediante su **tarjeta de puntuación de los compradores de aceite de palma**. En su análisis de 2011, llegó a la conclusión de que ninguna empresa tenía justificación para no usar exclusivamente aceite de palma sostenible certificada. La iniciativa, que se puso en marcha con solo 10 miembros en 2004, cuenta ahora con más de 1300 miembros en 50 países. Estos deben facilitar información sobre su suministro de aceite de palma, con lo que aumenta su transparencia y responsabilidad.

Aunque muchas empresas publican información relativa a su desempeño, los datos no siempre están disponibles. El **Centro para los Derechos Ambientales (CER)** ejerce presión en defensa de la transparencia sobre el desempeño ambiental en los sectores público y privado. Creada en 2009, la organización fomenta la transparencia y la rendición de cuentas. En términos generales, denuncian las restricciones al pleno acceso a los datos ambientales y afirman que los gobiernos y las empresas deben impulsar más la transparencia en aras de la rendición de cuentas.

ESTUDIO DE CASO

La campaña «Tras la marca» de Oxfam

Una «carrera hacia la cima» de los datos de sostenibilidad

En el marco de la iniciativa más amplia «CRECE», la campaña **«Tras la marca»** de Oxfam reta a las diez grandes empresas de alimentos y bebidas —Associated British Foods, Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondlez International (antes, Kraft Foods), Nestlé, PepsiCo y Unilever— a tomar parte en una «carrera hacia la cima» dirigida a mejorar su desempeño social y ambiental. Oxfam puso en contacto a los consumidores con la información relativa

al desempeño, dando movimiento a los datos para promover mejoras.

La campaña se basa en la tabla de puntuación de «Tras la marca», en la que se analiza la información de acceso público procedente de fuentes tales como los sitios web corporativos, los códigos de proveedores, las memorias anuales, los informes para el Carbon Disclosure Project (CDP) y las memorias de sostenibilidad. Oxfam efectúa un seguimiento de la evolución de las empresas en lo referente a la puesta en marcha de políticas para determinar, evaluar y mejorar su repercusión social y ambiental en siete ámbitos fundamentales para la producción agrícola sostenible: las mujeres, los pequeños agricultores, los trabajadores agrícolas, el agua, el suelo, el cambio climático y la transparencia.

Resultado: Al emplear datos disponibles públicamente, Oxfam anima a las empresas a ser más transparentes y a divulgar sus políticas de sostenibilidad, de modo que surge una competencia saludable entre las marcas. La tabla de puntuación facilita a los interesados el acceso a los compromisos de las compañías, con los que pueden exigir compromisos más firmes y, a la larga, pedir cuentas a las empresas. Los departamentos financieros corporativos, los grandes bancos y los inversores emplean esa información en sus evaluaciones de riesgos e informes de vulnerabilidad. Cabe destacar que Oxfam no cree que una clasificación o una tabla de puntuación se basten por sí mismas: es preciso que los datos lleguen a los consumidores y ciudadanos y que «se muevan». A través de su campaña «Tras la marca», Oxfam puso en movimiento esos datos, con lo que la campaña tuvo una repercusión mayor que «una clasificación más».

Retos: Los propios datos constituyen un desafío, pues se analizan manualmente, y la rentabilidad del método de acceso y procesamiento de los datos de fuentes diversas es motivo de preocupación. La calidad de los datos también es un problema, dado que Oxfam depende de la información que las empresas publican.

Oportunidades: El desarrollo de un proceso participativo de código abierto permitiría abordar esos retos, mediante herramientas

digitales en torno a las cuales los principales grupos de interés puedan crear los datos conjuntamente. La autogeneración de las tablas de puntuación sería otro avance: al integrarse en el proceso de elaboración de memorias de GRI, las empresas podrían aportar la información referente a los indicadores pertinentes de la tabla y los datos se exportarían con facilidad.

Impulsar la mejora del desempeño

Al mismo tiempo que fomentan la rendición de cuentas, los datos de sostenibilidad invitan a la reflexión y ayudan a las empresas a aplicar cambios conducentes a mejorar su propio desempeño en materia de sostenibilidad, así como el de sus cadenas de suministro.

Como se refleja en el estudio de caso, al comparar el desempeño de las grandes marcas, la campaña «Tras la marca» de Oxfam estimula una «carrera hacia la cima». Oxfam analiza el propósito de las empresas de determinar, evaluar y mejorar la repercusión social y ambiental de su actividad directa e indirecta. «Enfrentar» a las compañías entre sí de este modo ofrece un incentivo para mejorar el desempeño.

La **Bench Marks Foundation** también influye de manera positiva en el desempeño del sector minero sudafricano. La fundación compara el desempeño de las empresas a través de sus datos públicos, sus datos internos y la opinión de los grupos de interés. De este modo, las empresas obtienen una visión valiosa de su desempeño y pueden mejorar. Muchas discuten con la fundación sus estrategias, memorias y metodologías de estudio, lo que a su vez redunda en beneficio de su desempeño en materia de sostenibilidad.

Esbozar una imagen del desempeño también puede servir a las empresas para saber dónde pueden efectuar mejoras. **ContextReporting.com** es una plataforma de visualización y comparación de datos relativos a la sostenibilidad, donde los datos de las empresas se organizan en un archivo central de conformidad con los indicadores de GRI. Así, las empresas y los ciudadanos pueden visualizar los datos de desempeño, apreciar su evolución en relación con un indicador determinado y comparar su desempeño con el de sus competidores.

ESTUDIO DE CASO **Bench Marks Foundation** Creación de responsabilidad en el sector minero sudafricano

La **Bench Marks Foundation** es una organización confesional sin ánimo de lucro, propiedad de las iglesias de Sudáfrica, que vigila el desempeño de las empresas en relación con un instrumento internacional de medición: los Principios para la Responsabilidad Empresarial Mundial.

La Fundación obtiene los datos de las empresas de tres fuentes: información interna, datos a disposición pública y opinión pública. La información de carácter reservado la reúne gracias a su relación con los directivos, los empleados y empleados de las empresas, así como a partir del estudio de los documentos de políticas y los planes de gestión. En lo que respecta a los datos públicos, la Fundación revisa las memorias de sostenibilidad e integradas del último decenio para determinar el desempeño de cada compañía. Busca continuidades, discontinuidades y contradicciones entre las sucesivas memorias, así como entre un año y el siguiente. La Fundación sondea la opinión de los ciudadanos, los clientes y los organismos externos, evalúa sus experiencias con la empresa y las compara con sus conclusiones derivadas del estudio de los datos públicos y privados.

Resultado: Gracias a los datos, la Fundación ha propiciado cambios cualitativos en las memorias de empresas destacadas. En algunos casos, han servido para mitigar ciertos impactos en las comunidades. Concretamente, su trabajo de investigación en torno a la minería en el África meridional ha sido una referencia importante para las empresas, las ONG, los académicos, los periodistas y las comunidades afectadas. Las compañías también se benefician de su labor y se relacionan con la Fundación para mejorar su desempeño en materia de sostenibilidad.

Retos: La información facilitada por las empresas es a menudo insuficiente. Algunas ofrecen demasiada información —«un pajar en el que ocultar la aguja»—; otras, por el contrario, no

aportan la suficiente. La mayoría de las memorias se centran en los accionistas y suelen tener como objetivo principal mejorar la imagen y hacer publicidad de la empresa, en lugar de abordar cuestiones ambientales y sociales de calado. Cuando admiten impactos ambientales o sociales negativos, las empresas adoptan un tono «confesional» y, por lo general, no indican qué medidas correctivas prevén adoptar.

Oportunidades: Tener en cuenta a los destinatarios puede ser útil para decidir cuál es el formato idóneo de una memoria. La Bench Marks Foundation favorece decididamente las memorias desglosadas en detrimento de las integradas, pues considera que las primeras revelan más detalles sobre las consecuencias, tanto positivas como negativas, de las actividades concretas. También tiene sus ventajas promover la elaboración de memorias en un formato atractivo y en el idioma de las comunidades afectadas.

Empoderar a los ciudadanos

Muchas OSC empoderan a los ciudadanos al facilitarles la información que necesitan para tomar decisiones responsables e impulsar una economía mundial sostenible desde el punto de vista de la demanda. Si un gran número de OSC emplean los datos sobre sostenibilidad para subrayar el desempeño de las empresas y sus productos, también habilitarán a los ciudadanos, al brindarles la información que precisan, como consumidores, para adoptar decisiones fundamentadas.

Wikirate utiliza datos e información de origen participativo para «describir con claridad a las empresas», de manera que los ciudadanos sepan cómo funcionan y cuál es su grado de sostenibilidad. Con esa información en su poder, los consumidores pueden elegir productos y servicios que contribuyen a crear el mundo en el que desean vivir.

De manera parecida, **GoodGuide** ofrece a los consumidores información sobre los productos —«datos abiertos»— a través de una aplicación que los ayuda a identificar y adquirir con seguridad productos éticos y saludables. Fundada en 2007, GoodGuide dispone de un

equipo de expertos que se encarga de recopilar, analizar y calificar más de 210.000 productos. Su objetivo es calificar los productos que acaparan el 80% de las ventas de una categoría determinada; por ejemplo, cuidado personal, productos químicos para uso doméstico o productos alimentarios.

Buycott va un paso más allá. Ofrece a los ciudadanos una plataforma en la que pueden compartir opiniones y acciones, y animar a otras personas a respaldar o evitar determinadas empresas y productos. A través de la tecnología de la información y de los datos de las empresas, Buycott faculta a los ciudadanos para que tomen decisiones fundadas. La plataforma acoge actualmente más de 340 campañas impulsadas por los usuarios, que abarcan un conjunto de cuestiones relacionadas con la responsabilidad social. El número de participantes en cada campaña varía, desde 403.000 miembros hasta distintas campañas con menos de 100.

ESTUDIO DE CASO

Buycott

La tecnología de la información y los datos de las empresas al servicio de los consumidores

Buycott es una aplicación para teléfonos inteligentes con la que los consumidores pueden escanear el código de barras de un producto, rastrear su propiedad hasta la empresa matriz y comprobar si los usuarios han iniciado alguna campaña contra esa empresa. Existen más de 340 campañas de ese tipo, que abordan cuestiones como el etiquetado de los productos que contienen organismos modificados genéticamente, el trabajo infantil y los ensayos con animales. Cada campaña expone un listado de empresas a las que pretende apoyar (buycott) o evitar (boycott).

Buycott cuenta con una «base de conocimiento amplia, pero en última instancia limitada, de empresas y productos», y está trabajando para añadir datos a sus sistemas. Tales datos provienen de sus investigaciones y de los propios consumidores. Los desarrolladores piden a los

consumidores que ayuden a mejorar la base de conocimiento; cuando un consumidor escanea un producto desconocido, puede incorporarlo a la base de datos y facilitar la información que conoce, por ejemplo, el nombre del producto, la marca y la empresa. Los usuarios pueden aportar información sobre los antecedentes de las compañías y votar para indicar si un dato les parece correcto.

Resultado: Buycott cuenta con más de 340 campañas impulsadas por los usuarios, que abarcan un conjunto de cuestiones relacionadas con la responsabilidad social. Se dividen en temas tales como la justicia social, el medio ambiente o los derechos de las mujeres. El número de participantes en cada campaña varía; hay campañas con pocos miembros y otras con casi medio millón de participantes. La campaña más importante, en términos de número de participantes, es la campaña que exige el etiquetado de los productos que contienen organismos modificados genéticamente. La campaña «Long Live Palestine, Boycott Israel» **tuvo una gran repercusión y su boicot a los productos israelíes gozó de gran popularidad en 2014.** El número y la envergadura de las campañas de los usuarios, así como el grado de aceptación de la aplicación, indican que a los consumidores les parece útil disponer de información en la que basar sus decisiones.

Retos: Garantizar la precisión de los datos sigue constituyendo un reto importante, especialmente debido a la naturaleza habitualmente compleja y en continua evolución de las estructuras de propiedad corporativa. Los desarrolladores reconocen que la mayoría de las empresas de la base de datos poseen más marcas de las que figuran en sus archivos. Al tratarse de campañas impulsadas por los usuarios, surgen controversias. Por ejemplo, una campaña apoya a Koch Industries Inc. por «donar generosamente millones de dólares a causas libertarias, en defensa del conservadurismo fiscal y la restricción del poder estatal», mientras que otra boicotea sus productos al considerar que los hermanos Koch son «multimillonarios perversos que obtienen notoriedad por sus malos modos».

Oportunidades: El enfoque comunitario en la recopilación de datos y la ejecución de campañas permite recoger información de fuentes diversas, de manera que son los propios consumidores quienes deciden si los datos son precisos e íntegros.

Aprender de la sociedad civil

Las OSC entrevistadas con motivo del presente informe destacaron varios ámbitos susceptibles de mejora. A continuación se reflejan sus recomendaciones a las empresas, los reguladores y los consumidores con ánimo de incrementar la utilidad de los datos de sostenibilidad.

- **Desarrollar un entorno normativo propicio**
El Centro para los Derechos Ambientales lucha contra los entornos corporativos y regulatorios desde hace cuatro años, y recalca la necesidad de velar por un entorno normativo propicio que fomente la transparencia en el sector privado.
- **Divulgar los datos**
GoodGuide y ContextReporting.com señalan que la recopilación eficiente, eficaz y precisa de datos es su mayor reto; la tecnología puede ser la solución. ContextReporting.com está estudiando la taxonomía del formato XBRL de la G4 con miras a facilitar la exploración de los datos clasificados por etiquetas. Oxfam, por su parte, propone el desarrollo de un proceso participativo de código abierto.
- **Asegurarse de que los datos son precisos y francos**
Buycott menciona como reto la precisión de los datos y pide a los consumidores que ayuden a mantener y mejorar su integridad. Oxfam sugiere una tabla de puntuación autogenerada que pueda integrarse en el proceso de elaboración de memorias de GRI. La Bench Marks Foundation hace hincapié en los desafíos derivados del carácter «confesional» de la información que las empresas divultan.
- **Velar por que los datos guarden relación con los nuevos problemas sociales**
A pesar de que la transparencia es cada vez mayor, Oxfam concluyó que muchas memorias de sostenibilidad todavía no abordan los problemas sociales más acutantes, con lo que resulta difícil evaluar los efectos de las empresas en tales cuestiones.



Inversores y agregadores



A pesar de que son uno de los destinatarios principales de las memorias de sostenibilidad de las empresas, los inversores también se encuentran entre los menos comprendidos y los más difíciles de alcanzar. La comunidad de inversión sostenible depende de los datos de desempeño para tomar sus decisiones. Se trata de un aspecto cada vez más importante en las economías emergentes y en desarrollo, donde el auge de las oportunidades de inversión, unido a los significativos retos para la sostenibilidad —entre ellos, el cambio climático, la salud y los derechos humanos—, plantean a los inversores nuevos riesgos y oportunidades.

El compromiso de los gestores de activos con la «integración» da pie al optimismo en relación con la atención de las empresas a la materialidad, según Mike Tyrrell, editor de **SRI-Connect** —un sitio de redes especializadas dirigido a inversores sostenibles y responsables—. «Los inversores se interesan cada vez más por que las empresas centren sus comunicaciones sobre sostenibilidad en aquellas cuestiones que plantean las oportunidades más positivas o los peores riesgos para el negocio», explica. «Ello se debe, en parte, a la lógica subyacente a las inversiones, que invita a tener en cuenta los factores ambientales, sociales y económicos; y también a los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas, que obligan a los inversores que gestionan un mínimo de 45 billones de dólares «a incorporar las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza en el análisis de sus inversiones y en sus procesos de decisión».

Cuando se trata de las empresas de su cartera, o en las que sopesan invertir, los inversores se sirven de los datos para determinar en qué medida influyen los factores de sostenibilidad en la estrategia empresarial, y para identificar ámbitos de riesgo u oportunidad. «Los inversores esperan que las empresas hagan públicos sus datos de sostenibilidad directamente, ya sea mediante exposiciones informativas a cargo de analistas, reuniones cara a cara o presentaciones para inversores», añade Mike Tyrrell. «A medida que aumentan el volumen y la sofisticación de la demanda de información relativa a la sostenibilidad por parte de los inversores, los departamentos de relación con los inversores y sostenibilidad mantienen una colaboración más estrecha. Nuestro informe **Take Control of SRI Communications** [Tome el control de las comunicaciones sobre inversión socialmente responsable] indica cómo comunicar con eficacia a los inversores los datos relativos a la sostenibilidad».

Cuando buscan una cobertura amplia y datos de referencia, los inversores pueden recurrir a los agregadores y a las agencias de calificación. Estos extraen los datos de sostenibilidad de miles de fuentes y los ordenan de diversas maneras para satisfacer las necesidades de sus clientes. Al facilitar información personalizada a las personas que la precisan, esas agencias favorecen la toma de decisiones fundamentadas. Los datos de sostenibilidad son la referencia de su información y sus calificaciones. Proceden de memorias, sitios web y otras fuentes de datos relativos al desempeño.

Beneficio interno: impulsar el negocio

Los datos de sostenibilidad son el sustento de los agregadores y las agencias de calificación; por decirlo de manera sencilla, impulsan su negocio. La precisión y la comparabilidad son elementos clave para que los datos respalden sus actividades. Sus usuarios y clientes quieren datos fiables, minuciosos, comparables y cuantitativos. Extraer esos datos y presentarlos en un formato manejable es el modelo de negocio en el que se sustentan estas organizaciones.

Mantenerse al tanto de las tendencias en la elaboración de memorias de sostenibilidad también constituye una oportunidad para los agregadores y las agencias de calificación. A medida que las empresas recopilan y publican sus datos de desempeño con mayor frecuencia —muchas divulan ya sus resultados trimestrales, con datos cuantitativos como los referentes a las emisiones de gases de efecto invernadero—, pueden pulir la información para hacerla más oportuna.

«Los inversores y los analistas usan con profusión los datos [de sostenibilidad]. Eso es lo que nos dice el sistema de supervisión del uso de nuestro sitio web. Se ponen en contacto con nosotros si los datos no resultan claros, lo que nos ayuda a elaborar mejores memorias. Los datos también se emplean internamente para medir el desempeño y fijar objetivos».

Stiaan Wandrag, Sasol Chemical Industries (Pty) Ltd



Se trata de uno de los principales grupos de usuarios de la información sobre sostenibilidad. Por tanto, influyen en el modo en que se comparten los datos, así como en el grado en que estos repercuten en las decisiones de inversión, estratégicas y empresariales. A continuación evaluamos tres contribuciones significativas a una economía mundial sostenible que se derivan de la utilización de los datos sobre sostenibilidad, así como varios estudios de casos:

- Informar a los inversores
- Fomentar la competencia en el desempeño
- Dirigir la atención hacia las empresas sostenibles

Informar a los inversores

Los inversores valoran un amplio conjunto de datos cuando deciden dónde colocan su dinero. Esta información solía ser de carácter fundamentalmente financiero, pero el auge de las inversiones sostenibles y responsables ha propiciado que algunas mediciones relacionadas con la sostenibilidad cobren protagonismo en la lista de requisitos de desempeño. La gestión de la sostenibilidad y la elaboración de memorias al respecto ayuda a los inversores a identificar riesgos y oportunidades, y a descubrir valores ocultos. A la larga, los datos sirven para que los inversores ganen dinero. Los agregadores y las agencias de calificación prestan un servicio esencial encaminado a que los inversores puedan manejar y comparar la enorme cantidad de datos disponibles sobre cada empresa.

Bloomberg fue pionero al reconocer el valor de los datos de sostenibilidad basados en GRI. Puso en marcha sus productos ambientales, sociales y de gobernanza en 2006. Es el principal proveedor de información empresarial y financiera internacional. Su objetivo es facilitar datos, noticias y análisis a través de tecnologías innovadoras, fundamentalmente mediante sus terminales en todo el mundo. Ha integrado la financiación sostenible en varios productos financieros y seguirá ampliando su análisis de la sostenibilidad, de conformidad con su estrategia BCause, de 2013. También elabora desde 2012 su propia memoria conforme con GRI.

El sudafricano Old Mutual Investment Group

(OMIGSA) apoya sus decisiones de inversión en la información sobre la sostenibilidad de las empresas. Accede a los datos a través de Bloomberg y otros proveedores externos. Los datos ayudan al grupo a evaluar el posicionamiento de las compañías en relación con sus competidores y a hacerse una idea de su posible crecimiento. Tener acceso a datos agregados, en lugar de rastrear un sinfín de memorias de sostenibilidad, permite a OMIGSA observar las tendencias a lo largo del tiempo y en distintos sectores.

En la India, la divulgación de información sobre la sostenibilidad ha experimentado un crecimiento espectacular gracias a varias iniciativas: las Directrices voluntarias nacionales en favor de la responsabilidad social, ambiental y económica de las empresas, y el Informe anual de responsabilidad empresarial, encargado por la Junta de Bolsa y Valores de la India, han impulsado en gran medida la transparencia en el país. La **tabla de puntuación anual de las empresas indias desde una perspectiva ambiental, social y de gobernanza** pretende aprovechar esta ola de datos para informar a los inversores sobre el desempeño en estos ámbitos y acerca de los riesgos de su cartera de valores. El instrumento conexo, denominado ESG Benchmarks, sirve a los inversores para clasificar y comparar a las empresas con mayor facilidad.

Aunque son muchos los inversores que tienen en cuenta los datos de sostenibilidad, su aceptación es todavía baja. IRAS, que gestiona el **índice sudafricano de transparencia en los datos de sostenibilidad (SDTI)**, considera que, hasta que los reguladores obliguen a cumplir la normativa referente a la transparencia, pocos fondos de pensiones, administradores fiduciarios, propietarios de activos e inversores analizarán de forma significativa los datos de sostenibilidad. Si bien se demanda a los inversores que empleen los datos disponibles, son las empresas y las agencias de información quienes deben velar por que los datos sean manejables, útiles y precisos.

ESTUDIO DE CASO

La tabla de puntuación anual de las empresas indias desde una perspectiva ambiental, social y de gobernanza

Comparación del desempeño en la India

La **tabla de puntuación anual de las empresas indias desde una perspectiva ambiental, social y de gobernanza** analiza las tendencias en la divulgación de información y la elaboración de memorias de sostenibilidad de más de 120 grandes empresas de la India. El sistema de puntuación, que se publicó por primera vez en 2014, tiene por objeto informar a los inversores sobre el desempeño y los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza de su cartera de valores, y pretende convertirse en una publicación comparativa anual. Incluye también la herramienta ESG Benchmarks, con la que los inversores clasifican y comparan a las empresas.

El marco comparativo anual y la tabla de puntuación resultante responden a varias preguntas: ¿Qué grado de compleción y exhaustividad tiene la información ambiental, social y de gobernanza de las empresas cotizadas de la India? ¿Qué posición ocupa una determinada empresa en relación con sus competidores, en cuanto a la divulgación de información satisfactoria y coherente a lo largo del tiempo? ¿Cuáles son los principales indicadores que las empresas no están contemplando? ¿Qué cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza se abordan con más frecuencia en el año correspondiente? ¿En qué mediciones no alcanzan las compañías el punto de referencia?

Resultado: Puesto que se trata de una iniciativa reciente, es difícil determinar su repercusión en favor de una mayor transparencia y de un mejor desempeño en materia de sostenibilidad. Sin embargo, los resultados de iniciativas semejantes en todo el mundo ponen de relieve su posible contribución positiva al desempeño, la estrategia y el compromiso con la sostenibilidad de los inversores.

Retos: Este tipo de sistemas de puntuación podrían perpetuar una actitud centrada en el mero cumplimiento de requisitos, en lugar de promover un análisis más estratégico de las oportunidades competitivas que pueden derivarse de abordar los retos sociales.

Oportunidades: Los inversores han manifestado que es necesario ir más allá de la divulgación y crear mediciones que permitan comparar y evaluar el desempeño de las empresas en el ámbito de la sostenibilidad. Tales mediciones deben normalizarse, ser comparables y cuantitativas; también hay quien defiende que deberían poder traducirse en valor monetario, teniendo en cuenta la mitigación del riesgo y la identificación de oportunidades. Es un trabajo difícil, pero dar con el conjunto de mediciones más adecuado para cumplir esos objetivos podría impulsar el compromiso de los inversores con los datos relativos a la sostenibilidad.

Fomentar la competencia en el desempeño

Las empresas comparan su desempeño con el de sus competidores en diversos ámbitos, entre ellos el de la sostenibilidad. Al reunir los datos y clasificar a las compañías de acuerdo con su desempeño ambiental, económico, social y de gobernanza, los agregadores y las agencias de calificación obligan a las empresas a medir sus fuerzas, a luchar entre ellas para ser las mejores. Esta competencia las estimula para mejorar su desempeño e inspira enfoques creativos e innovadores sobre la sostenibilidad.

Existen valores cotizados que engloban varias regiones, especialmente allí donde la normativa exige cierta transparencia y establece una serie de umbrales de desempeño. El índice de transparencia en los datos de sostenibilidad (SDTI) agrega los datos de desempeño corporativo referentes a 122 indicadores cuantificables de más de 300 empresas que cotizan en la Bolsa sudafricana. A pesar de que la Bolsa establece requisitos para la admisión a cotización, el SDTI no ha tenido excesiva aceptación. Tras un análisis exhaustivo de dos años, el organismo que gestiona el índice (IRAS)

concluyó que muy pocas empresas están interesadas en la transparencia y la precisión de sus datos de desempeño ambiental, social y de gobernanza.

CSRHub recopila datos de diversas fuentes con los que sitúa a las empresas en primer plano. Califica a más de 14.000 compañías de 135 sectores industriales y 127 países. Se trata de un agregador de clasificaciones: su herramienta en línea, basada en un sistema de suscripción, se alimenta de 371 fuentes de datos, entre ellas 9 destacadas entidades de investigación en el ámbito de la inversión socialmente responsable. Su objetivo es ayudar a los directivos de las empresas, los investigadores, los activistas y los organismos públicos a analizar la conducta de las compañías, comparar su desempeño, conocer las impresiones de los grupos de interés sobre las iniciativas de sostenibilidad de las empresas e identificar oportunidades para mejorar el desempeño.

La gama de impacto es amplia y no existe ninguna regla que establezca en qué medida la información agregada y las calificaciones inspirarán la innovación y mejorarán el desempeño de las empresas en el ámbito de la sostenibilidad. Sin embargo, es obvio, al menos en algunos casos, que las compañías se sienten motivadas para mejorar su desempeño al verse (o no verse) en las clasificaciones regionales e internacionales.

ESTUDIO DE CASO CSRHub

Combinación de calificaciones en aras de la coherencia

CSRHub es una herramienta en línea que ofrece a sus suscriptores acceso a la calificación laboral, ambiental, comunitaria y de gobernanza de más de 14.000 empresas de 135 sectores industriales y 127 países. El sistema, cuya patente está en trámite, agrega y normaliza 63 millones de datos procedentes de casi 400 fuentes, entre ellas entidades de investigación en el ámbito de la inversión socialmente responsable, diversos índices muy conocidos, calificaciones de ONG y organismos públicos.

Entre las fuentes de CSRHub se encuentran nueve entidades de investigación en el ámbito de la inversión socialmente responsable: Asset4/Thomson Reuters, Carbon Disclosure Project, EIRIS, GovernanceMetrics International/Corporate Library, IW Financial, MSCI (RiskMetrics IVA e Impact Monitor), RepRisk, Trucost y Vigeo. Mediante la normalización y agregación de la información de esas fuentes, CSRHub ha creado un sistema de calificación amplio y coherente, así como una base de datos que permite efectuar búsquedas y que vincula cada puntuación con su origen.

Resultado: CSRHub considera que sus calificaciones aumentarán la transparencia y fomentarán debates más críticos sobre la respuesta de las empresas a los problemas sociales. En el seno de las compañías, las calificaciones permitirán a los directivos identificar los ámbitos susceptibles de mejora relacionados con la responsabilidad social empresarial; a los responsables de sostenibilidad, evaluar la percepción que los grupos de interés tienen sobre las iniciativas de cada empresa al respecto; y a los responsables de mercadotecnia, comparar las calificaciones de la empresa con las de la competencia. Los académicos, los activistas y los organismos públicos pueden analizar la conducta de miles de empresas. Por su parte, los consumidores tienen la posibilidad de hacer comparaciones para tomar decisiones razonadas al adquirir productos y servicios.

Retos: La provisión de calificaciones coherentes del desempeño en materia de sostenibilidad de un conjunto lo más amplio posible de empresas plantea una serie de desafíos metodológicos: las fuentes registran el desempeño de modos diversos y cuentan con sus propios métodos de calificación y medición, con frecuencia incomparables. Algunas fuentes abarcan sectores o regiones específicas; ninguna provee datos sobre más del 60% de las empresas del sistema. Tampoco todas actualizan la información con la misma periodicidad.

Oportunidades: CSRHub se propone «ser un motor de la transparencia, que estimule una divulgación más sistemática y viable por parte de todo tipo de organizaciones». Con los datos comparables de CSRHub, las empresas pueden hacerse una idea de su situación en relación con la competencia. Es posible que la comparación las anime a mejorar e incrementar su transparencia, lo que a su vez aumentará el volumen de datos de las fuentes y favorecerá la utilidad de la herramienta.

Algunos grupos de interés, por ejemplo los inversores y las propias empresas, necesitan una imagen más pormenorizada del desempeño. El objetivo de CSRHub es ayudar a los directivos de las empresas, los investigadores, los activistas y los organismos públicos a analizar la conducta de las compañías, comparar su desempeño, conocer las impresiones de los diferentes grupos sobre las iniciativas de sostenibilidad de las empresas e identificar oportunidades para mejorar el desempeño.

Los agregadores y las agencias de calificación pueden ayudar a diversas personas a tomar decisiones fundadas, al dirigir la atención hacia las compañías sostenibles. Un consumidor que busca un producto no tiene las mismas necesidades que un inversor que rastrea una oportunidad o un responsable de sostenibilidad que trata de mejorar el desempeño de su empresa; el conjunto de información disponible resulta útil para fundamentar cada una de esas decisiones.

Dirigir la atención hacia las empresas sostenibles

Existen más de 45.000 compañías cotizadas en las bolsas de todo el mundo, y decenas de miles de pequeñas empresas no cotizadas. Así pues, debemos elegir: los consumidores escogen un producto; las empresas, a sus proveedores; los inversores, sus carteras; y los empleados, dónde desean trabajar. Todos los días se toman innumerables decisiones relacionadas con esas empresas, que repercuten directa e indirectamente en la economía, el medio ambiente y la sociedad. Saber cuánta energía consume una compañía en comparación con sus competidores, o cómo aborda el problema del trabajo infantil en la cadena de suministro, puede resultar útil a la hora de tomar decisiones y ayudar a que estas tengan un efecto positivo.

Índices como el **Global 100** esbozan una imagen general del desempeño de las empresas y las clasifican dentro de su sector en función de su desempeño. El Global 100 es una clasificación anual de todas las empresas con cotización en bolsa y un valor de capitalización mínimo de 2000 millones de dólares. Medir aspectos como el volumen de desechos, la productividad energética, la capacidad de innovación y la rotación de personal contribuye a que los ciudadanos tomen decisiones basadas en datos. Este índice tiene una visibilidad muy elevada —se incluye en los teletipos de Bloomberg y Reuters— y sus datos están a disposición del público, de manera que cualquiera puede utilizar la información.

ESTUDIO DE CASO El índice Global 100 Clasificación de las empresas más sostenibles del mundo

El índice **Global 100** de «las compañías más sostenibles del mundo» es una clasificación anual de todas las empresas con cotización en bolsa y un valor de capitalización mínimo de 2000 millones de dólares. Se basa en una evaluación de la eficacia con que las empresas gestionan los riesgos y las oportunidades ambientales, sociales y de gobernanza en relación con su competencia.

El índice aplica una serie de filtros a la lista inicial de empresas. En primer lugar, se eliminan aquellas cuyas memorias de sostenibilidad no están a la altura de las que predominan en su sector; de ese modo, las empresas que no divulgan como mínimo el 75% de los indicadores prioritarios de su epígrafe GICS se caen de la lista. A continuación, las compañías de la lista resultante reciben una puntuación para los indicadores clave del rendimiento correspondientes a su epígrafe GICS. Aquellas que obtienen las mejores puntuaciones en cada sector se incluyen en el índice Global 100.

Resultado: La metodología de construcción del índice Global 100 se basa en normas y tiene una mayor afinidad con los índices financieros que la mayoría de los índices de sostenibilidad. Está disponible en Bloomberg y Reuters, de modo que los inversores tienen acceso a las evaluaciones de sostenibilidad pertinentes. Entre el 1 de febrero de 2005 —fecha de su creación— y el 31 de diciembre de 2014, el Global 100 ha ofrecido un rendimiento total del 90,76%, frente al 96,98% del MSCI All Country World Index, su índice de referencia.

Retos: El proceso de evaluación trata de desglosar la sostenibilidad empresarial en sus componentes y hace hincapié en las cifras. Por ello, corre el riesgo de no contextualizar el desempeño y puede infravalorar la importancia fundamental de las competencias de las sociedades. No permite valorar con detenimiento los enfoques innovadores de la organización dirigidos a abordar los problemas sociales acuciantes, a fin de lograr una mayor longevidad que la de aquellas empresas que se limitan a gestionar sus impactos de manera más eficaz.

Oportunidades: Dado que emplea indicadores cuantitativos y claramente definidos, los resultados del Global 100 se consideran objetivos y reproducibles. Las empresas del índice reciben una puntuación porcentual en relación con los competidores mundiales de su sector, a partir de una lista de doce indicadores clave del rendimiento cuantitativos que abarcan un amplio conjunto de cuestiones, desde el consumo de agua y energía, hasta la retribución de los empleados y la estrategia fiscal.

Aprender de los inversores y los agregadores

Las organizaciones a las que se entrevistó para elaborar este informe señalaron varios aspectos susceptibles de mejora y una serie de medidas sencillas que las empresas, los reguladores y los ciudadanos pueden adoptar para incrementar la utilidad de los datos relativos a la sostenibilidad.

- **Usar mediciones estándar**

Es preciso que los datos sean comparables y, en la medida de lo posible, cuantitativos, para facilitar su cotejo. La Guía para la elaboración de memorias de GRI es un buen marco para este fin; su aplicación está en manos de las empresas.

- **Garantizar la precisión de los datos**

IRAS considera un reto la precisión de los datos, especialmente cuando las compañías se ponen a la defensiva ante las preguntas referentes a la inexactitud de la información. Disponer de datos precisos redundante en beneficio de las empresas; además, cuanto más fiables sean los datos, más valiosos resultarán para los usuarios de las memorias, en especial para los inversores.

- **Tener en cuenta también los datos cualitativos**

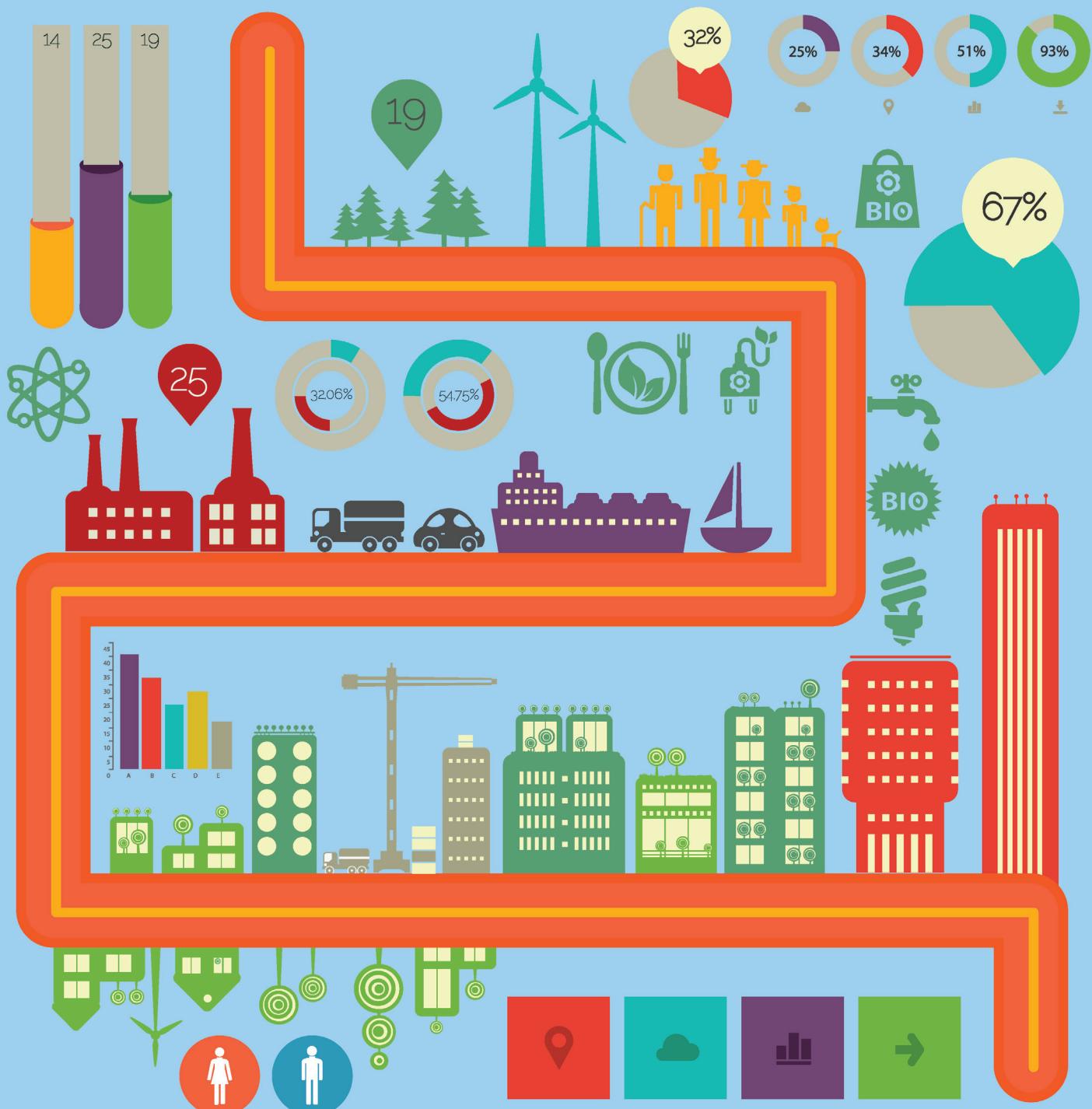
Utilizar exclusivamente datos cuantitativos supone ofrecer a los usuarios un conjunto limitado de indicadores. El índice Global 100 considera que tal limitación implica un riesgo para los grupos de interés, que podrían ignorar matices relacionados con el contexto e información útil sobre el desempeño que no puede expresarse en cifras. Hallar nuevas formas de comunicar esa información animará a los diferentes grupos a tenerla en cuenta.

- **Gestionar los datos**

Analizar macrodatos puede ser una tarea abrumadora. CSRHub, agregador de información, reconoce que el agrupamiento de calificaciones puede resultar engañoso, dado que cada organismo cubre cuestiones, empresas, marcos temporales y lugares diferentes. Lo más recomendable es examinar los datos que nos interesan, en lugar de tratar de asimilar toda la información; el desempeño puede evaluarse de diversas maneras.



Empresas





Empresas

Actualmente, la mayoría de las empresas cotizadas divultan su desempeño no financiero, de manera que sus grupos de interés conocen mejor cómo trabajan y qué probabilidades hay de que prosperen en un futuro lleno de desafíos. Las compañías basan sus decisiones internas y externas en los datos de sostenibilidad —tanto en los propios como en los de otras empresas—, desde la elección de proveedores hasta el establecimiento de indicadores clave del desempeño.

Más de 45.000 empresas cotizan en las bolsas de todo el mundo, y existen **125 millones de microempresas y pequeñas y medianas empresas**. Alrededor de 90 millones de estas últimas se encuentran en países en desarrollo. Cabe señalar que la tasa de crecimiento de las economías de bajos ingresos triplica la de las economías de ingresos altos. Esas compañías contribuyen a la economía, crean puestos de trabajo y usan los recursos naturales. Apoyan o perjudican a las comunidades, protegen o dañan el medio ambiente, y se lucran de manera responsable o corrupta. Los datos de sostenibilidad reflejan la importancia que las empresas otorgan a su papel en la transición a una economía sostenible y son indicativos de su posición en relación con sus competidores.

Las directrices para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI se adaptan a empresas de todos los tamaños y sectores, a las que ayudan a recopilar, analizar y publicar sus datos de sostenibilidad. Las empresas son un grupo de interés clave para GRI, y sus representantes han participado en el desarrollo de la Guía a lo largo de más de un decenio. Como generadoras de datos relativos a la sostenibilidad empresarial, las compañías deben respetar las normas y los marcos que dan forma a la información, pues la coherencia aumenta la fuerza de los datos como motores del cambio.

Medir, gestionar y divulgar los datos de sostenibilidad ofrece numerosos beneficios, entre ellos la mejora del desempeño en materia de sostenibilidad, la optimización de las actividades con miras a reducir costos, la confianza y la fidelidad de los clientes, soluciones tecnológicas innovadoras, y el logro de objetivos al mismo tiempo que se brinda apoyo a la economía, el medio ambiente y la sociedad.

Beneficio interno: implicar a los ejecutivos

Según una gran empresa minorista sudafricana del sector de los bienes de consumo, en rápida evolución, implicar a los directivos superiores en las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad puede resultar complicado. Algunos de sus ejecutivos se han mostrado escépticos sobre el valor de la Guía de GRI, por ejemplo, y consideran que la sostenibilidad es una tarea bienintencionada al margen de la actividad principal. Esta empresa se ha esforzado por contrarrestar esa opinión y ahora la Guía es una herramienta de referencia cuando se plasma el desempeño y la estrategia. Concretamente, se han puesto en marcha nuevas medidas internas dirigidas a supervisar y a concienciar a los proveedores sobre los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza.

Curiosamente, no se trata de un caso aislado. Los objetivos trimestrales, el énfasis en los objetivos a corto plazo y las condiciones de los accionistas, y la atención que se dedica a los resultados hacen que a los ejecutivos les resulte más fácil apreciar los beneficios de las memorias de sostenibilidad. Sin embargo, son los propios datos los que pueden llamar su atención; los datos de sostenibilidad son una herramienta poderosa para fomentar el debate interno. Ilustran riesgos y oportunidades, y muestran a los altos directivos una nueva perspectiva sobre el desempeño de la empresa —una perspectiva que, además, cada vez goza de mayor aceptación entre los inversores—.

«El sector empresarial es el más influyente del planeta. Si las compañías son capaces de implicar a sus grupos de interés en cuestiones de sostenibilidad con el grado de urgencia necesario, es posible que podamos garantizar un futuro próspero para las empresas, la sociedad y el medio ambiente... antes de que sea demasiado tarde. Como padre y abuelo, me tomo este tema muy a pecho».

Bob Willard, Future-Fit Business Benchmark



Las empresas utilizan los datos de maneras diversas para recoger los frutos de la transparencia. A continuación evaluamos tres contribuciones significativas a una economía mundial sostenible que se derivan de la utilización de los datos sobre sostenibilidad, así como varios estudios de casos:

- Temas de referencia para prosperar en el futuro
- Aspirar a lo más alto: establecimiento de objetivos ambiciosos
- Adaptación de la información para impulsar los beneficios

Temas de referencia para prosperar en el futuro

Determinar qué temas deben abordarse es un motivo de preocupación clave para las empresas. La materialidad, elemento esencial del proceso de elaboración de memorias de sostenibilidad, se define y pone de relieve en la Guía G4. Decidir qué temas pertinentes hay que gestionar, medir y divulgar es el primer paso del proceso de gestión y elaboración de informes de sostenibilidad, que las empresas pueden fundamentar en los datos relativos a esta cuestión.

Future-Fit Business Benchmark es un conjunto de criterios de desempeño que las compañías pueden tratar de cumplir para «prepararse para el futuro». Los objetivos constituyen una referencia a partir de la cual las empresas pueden evaluarse a sí mismas en relación con las actuaciones y los logros previstos en el plano mundial. Esta referencia establece una serie de conductas que cabe esperar de las empresas —tales como pagar un salario mínimo vital a todos sus empleados o velar por que todas las materias primas procedan de fuentes recicladas o gestionadas de manera sostenible—, de manera que facilita un conjunto de temas de referencia que todas las compañías deben tener en cuenta. Los objetivos se han diseñado con miras a su aplicación en cualquier sector o lugar. Se trata de un aspecto importante, pues muchas de las cuestiones que se tratan tienen una mayor repercusión en los países en desarrollo: entre otros, el cambio climático, la pobreza y la corrupción.

Si analizan la cuestión más detenidamente, las empresas pueden descubrir qué se considera pertinente en su sector a través de los estudios

de organizaciones como el **Governance & Accountability Institute**. El Instituto analizó 1246 memorias publicadas en 2012 de conformidad con la G3 y la G3.1 de GRI, con ánimo de evaluar en qué medida divulgan la información correspondiente a los 84 indicadores de desempeño de GRI. El informe resultante —*Sustainability – What Matters?* [La sostenibilidad: ¿qué es lo que importa?]

— incluye una clasificación de contenidos en función de su materialidad para cada uno de los 35 sectores industriales. Las empresas pueden usar esa información en sus debates sobre la materialidad y sus actividades dirigidas a implicar a los grupos de interés, a fin de determinar qué cuestiones son esenciales en su caso.

Los datos sobre sostenibilidad son fundamentales para las compañías, que pueden apoyar en ellos sus evaluaciones de la materialidad y obtener un panorama amplio de lo que es pertinente, o podría serlo, para sus operaciones. Establecer una referencia con objetivos aplicables a escala internacional es una manera de que todas las empresas del mundo puedan aplicar esa información. Al mismo tiempo, las investigaciones ofrecen a las empresas percepciones muy útiles sobre el contexto en que desarrollan su actividad.

ESTUDIO DE CASO eRevalue

Extracción de datos descriptivos en los que fundamentar la estrategia

eRevalue es una empresa tecnológica que, a partir del «análisis de macrodatos», ofrece a las compañías un conocimiento más profundo de los datos procedentes de una diversidad de fuentes, entre ellas las memorias corporativas y las redes sociales. eRevalue intenta simplificar la asimilación de los datos ambientales, sociales y de gobernanza, de manera que las empresas puedan aplicarlos en sus procesos de decisión. Al disponer de información sobre la actividad de sus competidores, las tendencias de la industria, las iniciativas reguladoras y las opiniones de los grupos de interés, las empresas determinan qué aspectos son más materiales y los armonizan con sus estrategias de negocio principales.

La herramienta Datamaran™ de eRevalue intenta «facilitar una toma de decisiones inteligente basada en información y alertas en tiempo real». Escruta la Red en busca de fuentes a disposición del público —memorias corporativas, sitios web y plataformas sociales— e indica al usuario qué es pertinente para su perfil. Recopila información de tres esferas: la competitiva, la regulatoria y la referente a los grupos de interés. La herramienta es acorde con iniciativas como las de GRI, el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y el Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC), aunque no se decanta por ningún marco en concreto.

Resultado: eRevalue trata de liberar el potencial de los macrodatos que se recogen en las memorias corporativas, las iniciativas regulatorias y las redes sociales, con el objetivo de orientar la estrategia, el desempeño y las memorias de las empresas. Al plasmar la información relevante en un formato visual, se persigue que las empresas y los consultores dediquen menos tiempo a la investigación y más a la ejecución y los planes de actuación. El sistema Datamaran™ de eRevalue se encuentra actualmente en fase de pruebas; su puesta en marcha se prevé para mediados de 2015.

Retos: Uno de los retos principales ha sido el desarrollo de tecnología de la información capaz de rastrear con buen criterio los datos sociales, ambientales y de gobernanza disponibles públicamente. La dificultad ha sido mayor en el caso de los «datos descriptivos», menos estructurados y más difíciles de analizar. También puede resultar complicado lograr que los responsables de las decisiones accedan a los datos adecuados. Para superar este reto es preciso facilitar el acceso a los datos y fomentar el interés por consultarlos.

Oportunidades: El desbloqueo de la información que se oculta en los macrodatos relativos a la sostenibilidad constituye una oportunidad magnífica. eRevalue ha desarrollado una biblioteca cada vez mayor de términos de búsqueda y sinónimos, que está ampliando en forma de análisis descriptivo a fin de proveer un conocimiento más profundo sobre diversas cuestiones.

Aspirar a lo más alto: establecimiento de objetivos ambiciosos

Marcar objetivos es todo un arte. Aumentar la exigencia puede inspirar la innovación, motivar a los empleados y propiciar el éxito de todos los implicados. En cualquier caso, ¿cómo establecen las empresas sus objetivos de desempeño en materia de sostenibilidad? Uno de los posibles métodos es comprobar qué hacen los competidores y los líderes del sector, y emplearlo como acicate y referencia.

PivotGoals recoge y clasifica los objetivos de algunas de las mayores organizaciones del mundo, con miras a ayudar a las empresas a descubrir puntos de referencia. Según su sitio web, «PivotGoals se basa en el convencimiento de que existe una correlación entre el establecimiento de objetivos ambiciosos, la transparencia en la divulgación de información al respecto y, en última instancia, la mejora del desempeño». El sitio permite buscar más de 3500 objetivos. Las empresas pueden rastrear los de sus competidores por sector, tipo de objetivo o empresa.

De forma parecida, **Science Based Targets** —una iniciativa conjunta del Carbon Disclosure Project, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales y el Fondo Mundial para la Naturaleza— respalda el establecimiento de objetivos ambiciosos. La iniciativa anima a las empresas a establecer y cumplir objetivos ambiciosos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, contribuyendo así al objetivo final de limitar el aumento de la temperatura media mundial a 2°C en relación con los niveles preindustriales.

En lugar de añadir un pequeño porcentaje al objetivo del año anterior, o de limitarse a lanzar cifras sin sentido, es preferible ir un paso más allá —para abordar los problemas presentes y futuros, especialmente en los países en desarrollo y las economías emergentes, las empresas deben fijar objetivos ambiciosos—. Al usar bases de datos con los objetivos de diversas compañías y establecer metas que contribuyen realmente a la consecución de objetivos mundiales significativos, las empresas potencian al máximo el posible efecto positivo de su desempeño en materia de sostenibilidad.

ESTUDIO DE CASO

PivotGoals

Objetivos comunes para estimular las mejoras

PivotGoals es una base de datos con los objetivos de sostenibilidad de las empresas de la lista Fortune Global 500, en la que se pueden efectuar búsquedas. La iniciativa parte del convencimiento de que existe una correlación entre el establecimiento de objetivos ambiciosos con base científica y la divulgación de información al respecto, por un lado, y la mejora del desempeño con miras a abordar los retos sociales con eficacia, por el otro. PivotGoals pretende acelerar la aceptación y la implantación de objetivos ambiciosos fundamentados en una evaluación científica de los retos actuales en los ámbitos social y ambiental.

Los objetivos se reúnen a partir de la revisión manual de las memorias de sostenibilidad, las memorias financieras y los sitios web de las empresas. Posteriormente, se clasifican por tema (clima, desechos, derechos humanos), énfasis en la cadena de valor (cadena de suministro, actividades, utilización de los productos), tipo de objetivo (específico y con fecha de vencimiento, alcanzado o vencido), sector industrial, o en función de si se trata de objetivos absolutos o graduales.

Resultado: La base de datos constituye un recurso valioso para exigir a las empresas que rindan cuentas e identificar buenas prácticas; además, es posible que estimule a las compañías para que establezcan objetivos de desempeño ambiciosos con base empírica. PivotGoals cree que la base de datos tendrá cuatro tipos de repercusión: facilitará los análisis comparativos, impulsará el desempeño, servirá como herramienta de búsqueda y favorecerá la rendición de cuentas. Permite que las empresas comparen sus objetivos con los de sus competidores, con lo que se estimula la ambición y se propicia, a la larga, un mejor

desempeño. Los académicos pueden utilizar los datos para estudiar el modo en que las empresas abordan en este momento los mayores retos para la sostenibilidad. Por su parte, las ONG y otros grupos de interés pueden usarlos para pedir cuentas a las compañías por el grado de cumplimiento de sus compromisos.

Retos: Muchas empresas carecen todavía de objetivos relacionados con la sostenibilidad, y las que sí los tienen no suelen hacer una referencia explícita a los argumentos científicos relacionados con el problema que intentan resolver, ni son lo bastante ambiciosas para efectuar una contribución significativa. En los casos en que sí se fijan objetivos, el proceso de recogida, clasificación y actualización de los datos es manual y, por tanto, consume mucho tiempo.

Oportunidades: La iniciativa podría impulsar la adopción más generalizada de objetivos significativos con base científica y fundamentar las políticas públicas necesarias para respetar los límites planetarios y sociales. El avance de la tecnología digital y la consiguiente capacidad para extraer los datos de las empresas y las memorias descriptivas ampliarán ese potencial, al hacer posible el procesamiento eficiente de un número mayor de memorias corporativas y facilitar que los análisis comparativos se efectúen con rapidez y eficacia.

Adaptación de la información para impulsar los beneficios

Para explorar y utilizar de la mejor manera posible los datos sobre la sostenibilidad disponibles, tanto interna como externamente, las empresas deben decidir cómo elegir, organizar, gestionar y usar la información que encuentran. Saber qué es pertinente y extraer conclusiones de los datos adecuados es fundamental; sin énfasis ni prioridades, los datos pueden acabar resultando superfluos e inútiles. Las compañías han desarrollado varios enfoques para abordar esta cuestión: algunos se aplican en el seno de las empresas, mientras que otros recurren a los servicios de organizaciones externas tales como las organizaciones de la sociedad civil, los agregadores y las agencias de calificación.

Una de las empresas que ha desarrollado su propio método de gestión de los datos internos es **Bridgestone**, a través de su centro de sostenibilidad. Se trata de una plataforma interna interdepartamental con la que la empresa efectúa un seguimiento de más de 500 parámetros de sostenibilidad, recogidos a lo largo de varios años. Además de facilitar el acceso a los datos, el centro reúne toda la información y la prepara para responder a las demandas de los grupos de interés, por ejemplo mediante clasificaciones, índices financieros y encuestas a los clientes. Bridgestone considera que la plataforma coloca a la empresa en una situación mejor para beneficiarse de los datos y de sus iniciativas de sostenibilidad.

No todas las empresas cuentan con sistemas para agregar sus propios datos o vigilar los temas prioritarios para sus competidores. **eRevalue** se dispone a poner en marcha un sistema de información empresarial —Datamaran™— que extrae y analiza los datos de un amplio conjunto de fuentes, incluidas memorias corporativas, sitios web y plataformas sociales. La herramienta debe ayudar a las empresas a tomar mejores decisiones basadas en información y alertas en tiempo real. De ese modo, sabrán qué contenidos incluye la competencia en sus memorias, cuáles son las tendencias del sector, qué iniciativas regulatorias se prevén y qué opinan los grupos de interés.

Gestionar los macrodatos relativos a la sostenibilidad puede ser una tarea abrumadora, pero las empresas que adopten su propio enfoque de seguimiento y aprovechamiento de la información con miras a impulsar su estrategia de sostenibilidad pueden obtener un beneficio.

ESTUDIO DE CASO El centro de sostenibilidad de Bridgestone Satisfacer la demanda de datos de los grupos de interés

El fabricante mundial de neumáticos **Bridgestone** ha intentado simplificar su flujo de información y dar respuesta a las inquietudes de sus grupos de interés mediante la creación de un centro de sostenibilidad interno. Al igual que muchas otras grandes empresas, Bridgestone se enfrentaba a demandas crecientes y dispares de información sobre sostenibilidad de numerosos grupos de interés, entre ellos iniciativas relacionadas con la clasificación de las empresas (por ejemplo, Newsweek), índices financieros (incluido el índice Dow Jones de sostenibilidad) y encuestas a los clientes (por ejemplo, las de los fabricantes de automóviles).

En el centro se actualizan y consultan con facilidad los datos relativos a la sostenibilidad de la compañía. Bridgestone identificó 12 clasificaciones, protocolos, índices y certificaciones destacados —de la industria, el ámbito académico, el sector financiero, los clientes y las ONG—, y los reunió en una matriz con más de 500 indicadores. Entre ellos, Bridgestone se centró en los más prominentes (los que figuran en al menos cuatro clasificaciones) y en los más materiales para la empresa. Dividió los indicadores finales entre los departamentos correspondientes, que se encargan de proveer la información y los datos más actualizados para las mediciones que se les asignan.

Resultado: Los trabajadores pueden acceder a la información que necesitan en menos de cinco minutos, de manera que les resulta sencillo actualizar la información, elaborar informes y responder a las encuestas de los grupos de interés. Bridgestone cree que, gracias a esta iniciativa, está mejor preparado para beneficiarse de todos los proyectos de sostenibilidad y de los datos que se recopilan a través de su trabajo en este ámbito.

Retos: La iniciativa pone de manifiesto el reto que supone para las empresas hacer frente a las numerosas iniciativas sobre sostenibilidad y a las distintas demandas de los grupos de interés, dado que ningún marco —ni siquiera la Guía de GRI— abarca toda la gama de proyectos en marcha.

Oportunidades: El centro de sostenibilidad de Bridgestone es una respuesta eficaz a la demanda de datos. Con los futuros avances en la tecnología relacionada con los macrodatos, se prevé que otras empresas sigan su ejemplo, quizá en el marco de un movimiento hacia la divulgación de datos en directo. También se espera que este tipo de avances ayuden a las compañías a informar con más eficacia de las medidas estratégicas que adoptan en respuesta a los retos sociales, de modo que los grupos de interés puedan valorar su enfoque de forma motivada.

Aprender de las empresas

Las empresas entrevistadas con motivo del presente informe señalaron varios aspectos que las organizaciones que elaboran memorias pueden cuidar para añadir valor a sus datos de sostenibilidad.

- **Fijar objetivos significativos**

Son relativamente pocas las empresas que establecen metas y objetivos relacionados con la sostenibilidad. De acuerdo con PivotGoals, son todavía menos las que se muestran suficientemente ambiciosas para efectuar una contribución destacable al respecto. La iniciativa Science Based Targets subraya la importancia de tener en cuenta los datos científicos en los que se apoyan los objetivos que se abordan.

- **Prestar atención al contexto**

El sector, la ubicación y el tamaño de una empresa, entre otros muchos factores, influyen notablemente en su desempeño en materia de sostenibilidad y en cómo debería valorarse ese desempeño con respecto a los demás. El G&A Institute reconoce este punto cuando afirma que sus investigaciones no son más que el punto de partida del debate. Future-Fit señala las dificultades asociadas al desarrollo de un conjunto de objetivos genéricos aplicables en todo el mundo.

- **Asimilar y almacenar los datos**

Las empresas hacen frente a un sinfín de peticiones de información, incluida la demanda de datos de desempeño por parte de los accionistas, los clientes, los proveedores y los índices. Bridgestone apunta que, en vista de que ninguna iniciativa abarca toda la gama de información que se solicita, sería ventajoso que las empresas desarrollaran su propio método de recopilación y almacenamiento de datos.

- **Aprovechar la tecnología**

La cantidad de macrodatos no deja de crecer, por lo que la tecnología es clave para utilizarlos de la forma más adecuada. El gran reto para eRevalue ha sido desarrollar y aplicar tecnologías de información para extraer los datos disponibles públicamente en las esferas ambiental, social y de gobernanza.



Gobiernos y reguladores del mercado



Las empresas desarrollan su actividad de conformidad con las políticas establecidas por los gobiernos y los reguladores, y con las normas de las asociaciones industriales. Tales políticas y normas determinan el modo en que las empresas se lucran: fijan los límites de la competencia, establecen parámetros referentes a la retribución de los trabajadores e indican a las empresas cuántos impuestos deben abonar. Las compañías han de adaptarse y cambiar en función de la regulación cambiante. Cada vez es más frecuente que los reguladores **tengan en cuenta factores relacionados con la sostenibilidad** al elaborar la normativa dirigida a las empresas. Esta práctica incide a su vez en la manera en que las empresas trabajan y en el grado de transparencia de sus actividades.

En diciembre de 2014, entró en vigor en la Unión Europea la **Directiva relativa a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas**, que introduce una serie de medidas dirigidas a fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas de aproximadamente 6000 empresas. Este tipo de avances no solo se producen en Europa: los gobiernos, los reguladores del mercado y las asociaciones de los países en desarrollo están recopilando, examinando e intercambiando datos de sostenibilidad con miras a alentar a las compañías a abordar en sus actividades algunos de los problemas más acuciantes en el ámbito de la sostenibilidad, como el cambio climático.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible han impulsado la demanda de vigilancia del desarrollo sostenible en los planos mundial, nacional y empresarial. Un número creciente de reguladores —gobiernos, bolsas y asociaciones industriales— están obligando a cumplir ciertos requisitos de sostenibilidad y transparencia a las empresas que se encuentran bajo su jurisdicción. Los datos de sostenibilidad permiten a los reguladores aprobar normas que abordan algunos de los grandes retos del momento. Saber dónde se manifiestan las deficiencias de desempeño o información en materia de sostenibilidad corporativa puede ayudar a los gobiernos a identificar con exactitud las áreas donde la regulación es más necesaria. Además, los datos relativos a la sostenibilidad también pueden arrojar luz sobre la excelencia, de manera que las asociaciones y los reguladores tengan la oportunidad de destacar a las empresas con mejores resultados en este ámbito e inspirar mejoras.

GRI se propone crear un vínculo entre las memorias de sostenibilidad corporativas y nacionales en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, mediante la exploración de esferas en las que todavía no existen directrices estadísticas mundialmente aceptadas. GRI colabora estrechamente con los gobiernos, a quienes facilita el acceso a los datos que necesitan y ayuda a diseñar políticas y normativas que repercutan positivamente en el desempeño de las empresas en el ámbito de la sostenibilidad. Esa labor ha propiciado algunos progresos extraordinarios en el desarrollo de políticas, tales como el **párrafo 47 del documento final de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible de 2012** (Río+20).

Beneficio interno: Dar ejemplo

Los gobiernos y los reguladores del mercado determinan la normativa que rige a las empresas bajo su jurisdicción, pero también deben desempeñar una importante labor ejemplificadora. Los datos de sostenibilidad pueden serles de ayuda en este sentido. Al recopilar y divulgar sus propios datos, los gobiernos y los reguladores pueden demostrar qué esperan de las empresas que deben respetar sus políticas y regulaciones, fomentando así una cultura de transparencia e innovación.

«En el paso a los macrodatos, el potencial es prometedor en lo que respecta a la divulgación en tiempo real y mejorada de las externalidades ambientales directas de las empresas. Estamos convencidos de que este aspecto tendrá una mayor presencia y disponibilidad. La oportunidad más notable depende de que los gobiernos sean inteligentes, obtengan esos datos y los utilicen, de manera parecida a como gestionan los datos financieros».

Jon Duncan, Old Mutual Investment Group



La asociación de las industrias brasileñas de la caña de azúcar y el etanol, **UNICA**, publicó su primer informe consolidado en 2008 —la primera memoria conforme con GRI publicada por una asociación industrial brasileña—. UNICA, que fija las reglas por las que se rigen las empresas asociadas, utilizó sus datos de desempeño en materia de sostenibilidad para dar ejemplo. La elaboración de memorias de sostenibilidad es obligatoria en el sector. Al consolidar los datos de las empresas de la asociación, UNICA plasmó sus expectativas con respecto a tales memorias, al mismo tiempo que informaba sobre el desempeño del sector en el ámbito de la sostenibilidad.

El primer informe de UNICA alentó a más empresas de la asociación a producir sus propias memorias de sostenibilidad, lo que propició un incremento del número de memorias publicadas en el sector.

Los gobiernos, los reguladores del mercado y las asociaciones industriales se encuentran en una posición ventajosa para aprovechar el poder de los datos y mejorar el desempeño en materia de sostenibilidad de millones de empresas en todo el mundo. A continuación evaluamos tres contribuciones significativas a una economía mundial sostenible que se derivan de la utilización de los datos sobre sostenibilidad, así como varios estudios de casos:

- Seguimiento de los progresos nacionales
- Acumulación de medidas para mejorar el desempeño
- Recompensa a los impactos positivos

Seguimiento de los progresos nacionales

Los gobiernos pueden ser el vínculo entre los datos de desempeño de las empresas en el plano microeconómico y los datos nacionales en el macroeconómico; establecen objetivos nacionales sobre una serie de cuestiones de desempeño en sostenibilidad, tales como las emisiones de gases de efecto invernadero. Este es un motivo de especial

preocupación en numerosos países en desarrollo y economías emergentes, pues el auge del comercio implica también, por ejemplo, un aumento de las emisiones, y estos países son los más afectados por las consecuencias de la actividad industrial. A fin de vigilar los progresos de los países en la consecución de los objetivos nacionales, así como de identificar ámbitos de mejora, los gobiernos deben conocer la situación de su país. Al recopilar y analizar los datos de sostenibilidad de las empresas, los gobiernos pueden obtener un panorama general e identificar fortalezas y debilidades en los esfuerzos para promover una economía mundial sostenible.

En China, el índice de transparencia de la información corporativa (CITI) evalúa a las empresas a partir de la información que divulgan públicamente. Se analizan tendencias y se informa de los progresos en favor de una mayor transparencia y un mejor desempeño. El aumento de la transparencia está contribuyendo a que diversos grupos de interés usen los datos resultantes, entre ellos el Gobierno, que empieza a implicarse de forma más activa, alentando una divulgación mayor del desempeño en materia de sostenibilidad, sobre todo en lo que se refiere al medio ambiente.

Los datos de sostenibilidad ofrecen a los gobiernos y los reguladores del mercado una visión amplia del desempeño de las empresas bajo su jurisdicción y les ayudan a delimitar el camino hacia un futuro más sostenible. Al recopilar y analizar los datos disponibles, índices como el CITI muestran a los gobiernos los avances y la contribución de las distintas compañías y sectores hacia el logro de los objetivos nacionales. A su vez, los gobiernos obtienen las herramientas que precisan para estimular e incluso exigir una mayor transparencia, a fin de promover el cambio hacia una economía mundial sostenible.

ESTUDIO DE CASO

El índice de transparencia de la información corporativa (CITI)

Impulsar la sostenibilidad en las cadenas de suministro de China

El CITI evalúa a 147 empresas de 8 sectores industriales que causan un impacto ambiental considerable en China: tecnología de la información, textiles, alimentación y bebidas, cuidado del hogar y personal, automoción, fabricación de cerveza y cuero. El índice mide el desempeño de las compañías en la gestión del impacto ambiental de las fábricas de sus cadenas de suministro en China. El CITI analiza los datos que se hacen públicos e informa sobre los progresos en la mejora de la transparencia y el desempeño. Los resultados se publican en la base de datos del Instituto de Cuestiones Públicas y Ambientales (IPE), a disposición de los ciudadanos.

La evaluación se basa en los datos de diversas plataformas y en la información que facilitan las empresas: el CITI se pone en contacto con todas ellas para publicar sus datos; si las compañías no responden, usa los datos que ya se han publicado. El índice hace hincapié en cinco componentes necesarios para un programa corporativo eficaz y responsable en relación con la cadena de suministro, tales como responder cuando se informa de problemas en las fábricas de la cadena de suministro de la empresa o exigir a los proveedores que divulguen públicamente sus datos relativos a la contaminación por vertidos o el consumo de electricidad y agua.

Resultado: El índice promueve la transparencia en sectores de impacto elevado, lo que contribuye a que los grupos de interés, entre ellos el Gobierno de China, usen los datos resultantes. Varias ONG están analizando los datos con la intención de motivar a las empresas para que efectúen cambios positivos. Por su parte, el Gobierno ha asumido una participación más activa y está fomentando una mayor divulgación del desempeño en materia de sostenibilidad, especialmente en relación con las cuestiones ambientales.

Retos: En China no es fácil acceder a los datos de sostenibilidad de las empresas, sobre todo a los de sus cadenas de suministro, y existen todavía más restricciones en el caso de las pequeñas y medianas empresas. Cuando las compañías sí informan de su desempeño, es poco frecuente que divulguen resultados negativos, y la calidad y cantidad de los datos suele ser limitada.

Oportunidades: La sensibilización, el desarrollo de capacidades y el diseño de incentivos para impulsar la transparencia y la indagación de los datos de desempeño de la cadena de suministro podrían aumentar los beneficios del índice. Las oportunidades derivadas de la importancia de los macrodatos en la evaluación del desempeño de las empresas dependerán en gran medida de las decisiones gubernamentales. Los gobiernos nacional y locales deberán aprobar leyes, regulaciones y recomendaciones sobre la cuestión que alienten a las organizaciones a hacer públicos sus datos.

Acumulación de medidas para mejorar el desempeño

Con una comprensión mayor del desempeño de las empresas, los reguladores y las asociaciones pueden desarrollar, implantar y adaptar políticas para abordar las deficiencias en el desempeño o reforzar sus consecuencias positivas. Los datos de sostenibilidad de las compañías de un determinado sector pueden llamar la atención sobre las cuestiones pertinentes, mostrando con claridad qué aspectos tienen una mayor repercusión en el medio ambiente y la sociedad, e identificando ámbitos susceptibles de mejora.

Como representante mundial de los fabricantes y productores de productos químicos, el **Consejo Internacional de Asociaciones de Fabricantes de Productos Químicos** (ICCA) presentó su iniciativa Responsible Care, con la que pretende facultar al sector químico para demostrar su evolución positiva y desarrollar políticas dirigidas a seguir mejorando. Al intercambiar información y poner en práctica un sistema riguroso de listas de control, indicadores de desempeño y procedimientos de verificación,

el programa efectúa la principal contribución de la industria al marco normativo creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA): el **Enfoque Estratégico para la Gestión de los Productos Químicos a Nivel Internacional (SAICM)**.

Según el ICCA, «el programa Responsible Care es el único “código ético” de la industria química mundial, que gracias a él puede mejorar continuamente su desempeño en salud, seguridad y medio ambiente». Uno de los miembros regionales del ICCA, la **Asociación Sudafricana de las Industrias Químicas y las Industrias Conexas** (CAIA), puso en marcha su iniciativa Responsible Care en 1994. Esta exige a los signatarios que se comprometan a mejorar de forma continua su desempeño en materia de salud, seguridad y medio ambiente, así como a comunicar abiertamente sus actividades y logros. CAIA recopila anualmente los datos de desempeño de sus signatarios y los publica en un informe consolidado.

La acumulación de actuaciones permite a las asociaciones del sector efectuar una contribución significativa a los objetivos de los responsables de políticas y las organizaciones nacionales e internacionales. Cuando un consejo mundial de asociaciones industriales aprueba un conjunto de requisitos para sus miembros, las asociaciones nacionales transmiten tales requisitos a las empresas que las integran, y así las medidas de transparencia llegan a miles de compañías. Los datos de sostenibilidad obtenidos de esta manera se integran en el proceso regulador, de modo que las asociaciones pueden adaptar sus políticas y, a la larga, contribuir en la mayor medida posible a una economía mundial sostenible.

ESTUDIO DE CASO

La Asociación Sudafricana de las Industrias Químicas y las Industrias Conexas (CAIA)

Impulsar la transparencia en el sector químico sudafricano

CAIA, órgano representativo del sector químico sudafricano, está integrada por más de 160 empresas: fabricantes, distribuidores, depósitos, transportistas y empresas que hacen frente a los vertidos. En 1994, CAIA puso en marcha en Sudáfrica el programa Responsible Care, en el marco de una iniciativa mundial de la industria química en respaldo del trabajo de los signatarios para mejorar continuamente su desempeño en salud, seguridad y medio ambiente. Los signatarios de Responsible Care se comprometen a mejorar su desempeño en materia de salud, seguridad y medio ambiente, así como a comunicar abiertamente sus actividades y logros.

CAIA recopila los datos de desempeño de las empresas signatarias en los ámbitos mencionados anteriormente y los somete a un riguroso sistema de listas de control, indicadores de desempeño y procedimientos de verificación. Los resultados se publican en una memoria anual consolidada con datos cuantitativos y cualitativos sobre un conjunto de indicadores de desempeño en salud, seguridad y medio ambiente, acordes con los requisitos de las prácticas de gestión normalizadas de Responsible Care y con la gestión de los desechos y el agua, la tutela del producto, el consumo energético, la emisión de gases de efecto invernadero y otras emisiones, y los incidentes relacionados con el almacenamiento y el transporte de productos químicos.

Resultado: CAIA tiene por objeto incrementar la transparencia en la ejecución y el desempeño del programa Responsible Care por parte de las industrias químicas y conexas sudafricanas. Al recopilar y publicar los datos de desempeño de las empresas signatarias, CAIA hace posible que la industria química sudafricana demuestre

sus avances en materia de salud, seguridad y medio ambiente, y desarrolle políticas para seguir mejorando.

Retos: Para tener una repercusión mayor, el proceso debe adecuarse a las expectativas de los grupos de interés internos y externos. CAIA también debe hallar el modo de motivar a las empresas punteras para que divulguen su desempeño y su innovación, sin que ello implique que las empresas más rezagadas desistan de hacerlo.

Oportunidades: La transparencia de CAIA, a través del programa Responsible Care, anima a las empresas asociadas a divulgar más datos y a hacer públicos sus resultados. Al disponer de ejemplos de buenas prácticas, CAIA puede reconocer a las empresas con mejores resultados e incluir umbrales de desempeño como requisitos contractuales.

Una asociación pionera de Brasil analiza las memorias que publican sus miembros y premia a las empresas en función de su desempeño en categorías como la responsabilidad social y la evaluación de los clientes. La Asociación Brasileña de Distribuidores de Energía Eléctrica (**Abradee**) usa los datos de las memorias de sostenibilidad de sus miembros para recopilar la información a partir de la cual otorga sus premios anuales, con especial hincapié en el desempeño ambiental.

Abradee empezó a analizar y premiar el desempeño de sus miembros mucho antes de que la publicación de memorias ambientales y sociales fuera obligatoria para las compañías eléctricas de Brasil. Al estimular la mejora del desempeño en sostenibilidad de las empresas mediante una serie de requisitos de transparencia, la asociación preparó al sector de cara a la obligación de publicar memorias. En la actualidad, las compañías eléctricas se encuentran entre las más avanzadas del país en cuanto a gestión y divulgación de la sostenibilidad, y cuentan con una amplia representación en el índice de sostenibilidad local (ISE).

Los datos de sostenibilidad pueden revelar deficiencias en el desempeño, así como subrayar la excelencia. Poner como ejemplo a las empresas con un buen desempeño permite a las asociaciones alentar mejoras entre sus miembros, en lugar de esperar a que las normativas y regulaciones las exijan.

Recompensa a los impactos positivos

De acuerdo con **The Best Business Awards**, que ponen de relieve y recompensan la excelencia en los sectores público y privado, obtener un premio puede aportar enormes beneficios económicos a las empresas, dado que las ventas y el valor de las acciones de los ganadores aumentan sistemáticamente. **Recibir un galardón** consolida la estrategia de una empresa y ofrece una oportunidad en el plano de las relaciones públicas, lo que a su vez resulta atractivo para los nuevos talentos. Los premios al desempeño en materia de sostenibilidad aportan estos y otros beneficios. Al servirse de los datos para exhibir a las empresas con mejores resultados, las asociaciones establecen un nivel de exigencia elevado para sus miembros y ofrecen ejemplos tangibles del funcionamiento del sector.

ESTUDIO DE CASO **Abradee** Premios al sector del servicio eléctrico brasileño

Tras la introducción de las memorias ambientales, sociales y de gobernanza obligatorias por parte del organismo nacional de control Aneel, la mayoría de las empresas de Brasil ya publican memorias anuales conformes con GRI. **Abradee**, la Asociación Brasileña de Distribuidores de Energía Eléctrica, recopila anualmente la información de esas memorias de sostenibilidad y premia las mejores prácticas de gestión social y ambiental.

La reunión de datos se basa en indicadores específicos que determina el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social brasileño. Abradee exige a todas las empresas asociadas que utilicen esos indicadores para evaluar sus prácticas de gestión ambiental y social. Los datos se ajustan a la información basada en la Guía de GRI. Abradee mide el desempeño de sus miembros a partir de esos indicadores y premia a la empresa con mejores resultados en el ámbito de la responsabilidad social.

Resultado: Abradee puso en marcha sus premios antes de que la elaboración de memorias se declarara obligatoria, de manera que el sector se preparó adecuadamente para cumplir la regulación. Actualmente, las empresas eléctricas se encuentran entre las más avanzadas de Brasil en cuanto a sus prácticas de divulgación. Diez de las 30 empresas del índice de sostenibilidad (ISE) de la Bolsa brasileña —Bovespa— son compañías eléctricas.

Retos: La asignación de un porcentaje razonable de recursos humanos a la recopilación de datos y la elaboración de memorias ha planteado dificultades a las empresas asociadas de Abradee. Las estrecheces económicas actuales han provocado que varias compañías reduzcan su plantilla, una medida que ha afectado enormemente a los mecanismos de elaboración de memorias.

Oportunidades: Una posible solución a la escasez de recursos consiste en reducir el volumen de información que se recopila y se incluye en las memorias, haciendo hincapié en los aspectos materiales. La implantación de sistemas internos de gestión de datos también ayudaría a reducir el tiempo de gestión del proceso de elaboración de memorias.

Aprender de los gobiernos y los reguladores del mercado

Las organizaciones a las que se entrevistó para elaborar este informe señalaron varios aspectos susceptibles de mejora y una serie de medidas sencillas que las empresas, los reguladores y las asociaciones pueden adoptar para incrementar la utilidad de los datos relativos a la sostenibilidad.

- **Normalizar los datos**

Como se refleja en el informe de UNICA, convertir los datos en macrodatos útiles puede resultar complicado. Facilitar esa tarea ayudaría a los reguladores del mercado a desarrollar buenas prácticas y a aplicarlas en los distintos sectores.

- **No establecer un nivel de exigencia excesivo**

Hallar el modo de motivar a las empresas punteras para que mejoren continuamente su desempeño a través de la innovación, sin que ello implique que las empresas más pequeñas y rezagadas desistan de elaborar memorias, puede ser complicado, según CAIA. Es fundamental que el grado de exigencia sea el adecuado para estimular a las empresas punteras y alentar a las que se incorporan más tarde.

- **Ser realistas en la asignación de recursos**

En un entorno económico difícil, las empresas efectúan recortes para garantizar la continuidad de su negocio. Por tanto, exigir a las compañías inversiones inmediatas considerable en sostenibilidad y transparencia podría disuadirlas de sumarse a la iniciativa. El estudio de caso de Abradee defiende una asignación razonable de recursos humanos a las labores de recopilación y divulgación de datos.

- **Apoyar a la pequeña y mediana empresa**

Es posible que las mayores corporaciones multinacionales del mundo vayan muy por delante en términos de desempeño y divulgación de la sostenibilidad, pero no hay que olvidar que las microempresas y las pequeñas y medianas empresas —sobre todo en los países en desarrollo— pueden carecer de capacidad para seguirles el ritmo. CITI afirma que esta limitación restringe la disponibilidad de datos. Desarrollar su capacidad aumentaría su representación.



Medios de comunicación





Medios de comunicación

Los medios tradicionales —prensa, radio y televisión— han dado la bienvenida en los últimos años a una oleada de nuevas plataformas. Los blogs, Facebook, Twitter y YouTube han engrosado las filas y han atraído a audiencias inmensas y poderosas. Las plataformas digitales que han surgido en todo el mundo también han puesto de manifiesto la **profundidad de la «brecha digital»** —la diferencia entre la información disponible en los países desarrollados y en desarrollo.

Los medios de comunicación deben contribuir decisivamente a la salud de la democracia y a la promoción del desarrollo sostenible. Unos medios de comunicación sólidos informan y conforman la opinión pública y obligan a que las instituciones y los individuos rindan cuentas de sus actos, dando prioridad al interés común y sacando a la luz las actividades dudosas. Los medios mantienen a los consumidores al corriente de las cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible nacional e internacional, llaman la atención sobre el impacto de las empresas, los gobiernos y los ciudadanos, y sugieren ciertos cambios. Las redes sociales, en especial, permiten que los ciudadanos y las empresas recaben apoyo para iniciativas y movimientos que abordan los problemas de sostenibilidad.

Para impulsar un cambio positivo en esos ámbitos, los medios de comunicación deben acceder a datos fiables y sólidos. Los periodistas se comportan como guardianes: investigan los asuntos candentes y examinan los datos de desempeño en sostenibilidad para pedir cuentas. Los datos fundamentan su análisis de la actividad empresarial, y ayudan a los medios a tomar decisiones informadas sobre los productos que promueven, la publicidad que admiten y los ángulos desde los que encaran sus historias. Los datos también sustentan una implicación más eficaz en las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad.

Al facilitar un marco para que las empresas comuniquen su desempeño, GRI facilita a los medios de información la obtención de datos fiables. Los periodistas tienen acceso a las memorias de sostenibilidad de la Base de datos de divulgación sobre Sostenibilidad, que pueden ser el punto de partida de sus investigaciones. Una vez que conocen el desempeño y la transparencia de los sectores o países, los medios de información pueden trazar un retrato general más fidedigno. GRI también ha colaborado estrechamente con los medios de comunicación en el diseño de contenidos sectoriales a su medida, para que midan, gestionen y divulguen sus propios impactos.

Beneficio interno: Memorias que dan ejemplo

El documento de contenidos sectoriales de GRI relativo a los medios de comunicación afirma que «los medios informativos ocupan una posición de poder en la sociedad, dada la repercusión e influencia de sus contenidos. Así pues, es fundamental que sean responsables y transparentes, y que rindan cuentas». Numerosos medios de todo el mundo informan de su propio desempeño en materia de sostenibilidad: Guardian News & Media, del Reino Unido; Media Prima, de Malasia; DIRECTV, de Argentina; RBS Group, de Brasil; y Naspers, de Sudáfrica, han publicado memorias de sostenibilidad.

La empresa de medios de comunicación e información **Sky** reconoce que sus contenidos, tecnología y actividad empresarial ejercen una influencia importante en las actitudes y conductas sociales. Su plan de sostenibilidad —«**The Bigger Picture**»— se centra en cuatro aspectos: animar a los ciudadanos a luchar contra el cambio climático, mejorar su vida a través del deporte, abrirse a las artes y elevar las aspiraciones de los jóvenes estudiantes. El interés de Sky por su propio desempeño le valió el premio Guardian Sustainable Business por su repercusión en la comunicación sobre sostenibilidad en 2013. Al predicar con el ejemplo, Sky mejora su propio desempeño en sostenibilidad y anima al resto del sector a hacer lo propio.

«Este verano, tras 20 años como director, me despido de The Guardian. Las pasadas navidades me planteé si me arrepiento de algo. De muy poco, pensé, salvo en un aspecto: no haber hecho justicia al problema enorme y abrumador, que lo ensombrece todo, del cambio climático, que probablemente, en el curso de la vida de nuestros hijos, provocará estragos y someterá a una presión inenarrable a nuestra especie».

Alan Rusbridger, Director de The Guardian



Con el apoyo de los datos de desempeño en el ámbito de la sostenibilidad, los medios de comunicación están más preparados para aprovechar su influencia en favor de un cambio positivo. A continuación evaluamos tres contribuciones significativas a una economía mundial sostenible que se derivan de la utilización de los datos sobre sostenibilidad, así como varios estudios de casos:

- Investigar para destapar la corrupción
- Cubrir los temas relacionados con la sostenibilidad para impulsar el cambio
- Estudiar el desempeño para publicar clasificaciones

Investigar para destapar la corrupción

En su función de vigilancia, los medios de comunicación intentan fomentar una mayor rendición de cuentas y un mejor desempeño en aras del bien público. El principal interés de los medios ha de ser efectuar análisis más críticos, que a menudo llevan a cabo periodistas de investigación especializados que plantean preguntas difíciles a las empresas, los gobiernos y los líderes de la sociedad civil. La proliferación de medios digitales en los últimos decenios ha provocado que el periodista de investigación adopte formas diversas: las redes sociales y la blogosfera convierten a todos los ciudadanos en periodistas en potencia que pueden revelar información referente al desempeño y la repercusión de las organizaciones.

El periodismo ciudadano contribuye a subsanar la brecha de información que existe en los países en desarrollo; es posible que los medios tradicionales tengan dificultades para interrogar a sus anunciantes, pero los periodistas ciudadanos no conocen esas limitaciones. *The Kenya Monitor* trata un conjunto de temas amplios, tales como la gobernanza, la salud, la educación, el medio ambiente y los derechos humanos. A principios de 2015, la publicación compartió un vídeo de YouTube **en el que se ponía al descubierto la corrupción de un político**, lo que dio pie a una investigación por parte de la Comisión de Ética y Lucha contra la Corrupción de Kenia. El oficial de policía que facilitó el vídeo no se lo entregó a un medio tradicional, sino a un periodista ciudadano. Podría decirse que este hecho refleja la creciente confianza en la integridad de los medios independientes para promover la rendición de cuentas y proteger el bien común.

De igual modo, el **Instituto Schuster para el Periodismo de Investigación** intenta expresamente impulsar la rendición de cuentas y mejorar el desempeño cuando denuncia los abusos de poder de las empresas y los gobiernos en sus retransmisiones y publicaciones, resultado de las investigaciones de sus periodistas. En 2012, **E. Benjamin Skinner, periodista del Instituto Schuster, dio a conocer los vínculos** entre la servidumbre endémica por deudas en aguas de Nueva Zelanda y el mercado mundial de productos pesqueros, y puso de manifiesto posibles deficiencias en la divulgación de información corporativa. El artículo, publicado en *Bloomberg Businessweek*, fue fruto de una investigación desarrollada a lo largo de seis meses en tres continentes.

En los últimos años hemos asistido al **declive de los medios tradicionales**. Las organizaciones han debido buscar nuevas formas de compartir contenidos, y los sitios web, las aplicaciones y los tuits han ocupado el lugar de la página impresa. El periodismo de investigación resulta caro y muchas empresas de medios de comunicación han efectuado recortes en sus proyectos más importantes, lo que ha sido motivo de preocupación en relación con la profundidad con que se cubren las noticias. En los países en desarrollo, especialmente, el periodismo de investigación está enormemente condicionado por la financiación y la política, con lo que resulta menos fiable. Sin embargo, la disponibilidad pública de la información, y el acceso a las plataformas de publicación, han dado pie al auge del periodismo ciudadano, que ofrece grandes oportunidades para una transparencia a gran escala.

ESTUDIO DE CASO El Instituto Schuster para el Periodismo de Investigación Promoción de la rendición de cuentas a través del periodismo

El **Instituto Schuster para el Periodismo de Investigación** es un medio independiente y un centro de periodismo de investigación que intenta fomentar la rendición de cuentas e impulsar un mejor desempeño mediante el «periodismo de impacto». Su pequeña plantilla de periodistas elabora reportajes con los que tratan

de destapar los abusos de poder de empresas y gobiernos, y publica los resultados. El Instituto se centra fundamentalmente en temas relacionados con la justicia social y los derechos humanos. Sus reporteros investigan los abusos de poder de los gobiernos y las empresas, las condenas injustas por asesinato y violación, y las injusticias y los abusos que dañan a las mujeres.

En el sitio web del Instituto pueden encontrarse documentos clave, materiales de origen y discusiones conexas, todo ello organizado para que los ciudadanos y los responsables de políticas que así lo deseen puedan examinar con perspectiva crítica los hechos y las cuestiones subyacentes. Los periodistas pueden consultar muchas fuentes de datos diferentes para elaborar sus reportajes, incluidos los datos de sostenibilidad acerca de aspectos como la corrupción, la cuestión de género y la gobernanza.

Resultado: El trabajo reciente del Instituto sobre la **esclavitud en el mar**, que reveló vínculos entre la servidumbre endémica por deudas en aguas de Nueva Zelanda y el mercado mundial de productos pesqueros, y puso de manifiesto las deficiencias en las prácticas de divulgación de la información corporativa, provocó la intervención del Gobierno neozelandés. Este adoptó 6 de las 15 recomendaciones de un informe ministerial sobre las condiciones de trabajo a bordo de los buques extranjeros. Nueva Zelanda anunció posteriormente un periodo de transición de cuatro años en el que los buques de pabellón extranjero no obtendrían autorización para faenar en aguas neozelandesas; también comunicó que todos los buques se someterían a la jurisdicción del país en materia de empleo, salud y seguridad.

Retos: Para ser eficaz, el periodismo de investigación requiere destreza, iniciativa, exhaustividad a la hora de verificar las fuentes y capacidad para valorar el contexto sistémico subyacente. Se trata de una labor que normalmente consume una cantidad considerable de tiempo y recursos, un reto importante para unas empresas que cada vez disponen de menos recursos y condicionadas por la rentabilidad.

Oportunidades: Desde el punto de vista de la sostenibilidad, los periodistas de investigación tienen un potencial evidente, tanto para apreciar la naturaleza de la información que se publica sobre el desempeño de las empresas en el ámbito de la sostenibilidad, como para ayudar a mejorar la calidad y la profundidad de dicha información. Se observan también posibles ventajas en el hecho de que los investigadores no formen parte de la plantilla de un medio comercial convencional, en el que las distintas prioridades suelen socavar la búsqueda del bien común y limitan la libertad en la labor de investigación.

Cubrir los temas relacionados con la sostenibilidad para impulsar el cambio

Miles de millones de personas en todo el mundo consumen contenidos de los medios de comunicación todos los días —un debate televisado, un artículo de fondo o una conmovedora publicación en Facebook tienen la capacidad de motivar a las personas, ya sea para que modifiquen su conducta, elijan un producto o se posicionen con respecto a un tema determinado—. Este hecho ha tenido consecuencias devastadoras en el pasado; por ejemplo, la **cobertura de la supuesta relación entre el autismo y la vacuna contra el sarampión, las paperas y la rubeola** contribuyó a una disminución considerable de la tasa de vacunación contra el sarampión, que a su vez dio pie a la muerte de un gran número de niños.

Los medios se encuentran en una situación de poder para conformar la opinión pública y fundamentar las políticas. Si deciden tratar algunos de los grandes problemas de sostenibilidad a los que nos enfrentamos en la actualidad y emplean datos fidedignos para informar al respecto con responsabilidad, los medios de comunicación pueden impulsar el cambio y apoyar la transición a una economía mundial sostenible.

Tanto en el mundo desarrollado como en los países en desarrollo, son muchos los diarios que dedican secciones a las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. El **Wall Street Journal** y **Bloomberg** cuentan con secciones especializadas en las que

publican reportajes y análisis sobre las empresas y el desarrollo sostenible. El diario nacional británico *The Guardian* se ha propuesto convertirse en referente del sector en este tema. Para ello, en su **sección sobre sostenibilidad empresarial** publica noticias, opiniones de expertos y análisis sobre el impacto social y ambiental de las empresas, con contenidos elaborados por algunas de las voces más autorizadas del mundo en la cuestión de la sostenibilidad corporativa.

Los datos de sostenibilidad son claves para redactar informes fundamentados y valiosos sobre los problemas de nuestro tiempo y acerca de la contribución de las empresas a su solución. Esos reportajes pueden formar la opinión pública sobre cuestiones como la mitigación del cambio climático, los derechos humanos y la transparencia económica, y animar a que los ciudadanos tomen medidas. Fomentar el debate sobre la sostenibilidad corporativa puede estimular la innovación; además, intercambiar buenas prácticas puede ayudar a las empresas a saber en qué ámbitos podrían mejorar.

ESTUDIO DE CASO

La sección de sostenibilidad empresarial de The Guardian

Facilitar elecciones y decisiones fundamentadas

El diario nacional británico *The Guardian* se ha propuesto convertirse en referente del sector de los medios de comunicación en el ámbito de la sostenibilidad. Para ello ofrece, a través de la **sección de sostenibilidad empresarial**, una plataforma mundial dirigida a los dirigentes de las empresas que están impulsando un cambio social positivo. En ella se publican noticias, opiniones de expertos y análisis sobre el impacto social y ambiental de las empresas. Consta de varios canales, series, blogs, salas de chat en directo, y colecciones de noticias y reportajes que tratan temas destacados y novedosos relacionados con la sostenibilidad. En el sitio web se muestran buenas prácticas que pueden mejorar el diseño de políticas, la conducta de las compañías y los hábitos de consumo de los ciudadanos.

La sección, que acoge a algunas de las voces más autorizadas del mundo en su campo, intenta ampliar los límites de la sostenibilidad corporativa. Sus historias, que persiguen la imparcialidad, se basan en información digna de confianza sobre la sostenibilidad, incluidos los datos de desempeño de las memorias de las empresas.

Resultado: La sección de sostenibilidad empresarial de *The Guardian* goza de un amplio reconocimiento como fuente destacada de noticias sobre sostenibilidad. Los usuarios del sitio web dedican un promedio de ocho minutos por visita, dato que refleja el grado de implicación que se consigue con las historias basadas en los datos de sostenibilidad.

Retos: Desalentar y vigilar con atención las posibles iniciativas de «lavado de cara» ecológico constituye un reto para el sitio web, que tiene dificultades para analizar con perspectiva los logros de sostenibilidad de las empresas. El dilema entre promover un cambio socioeconómico positivo y mantener una actitud crítica se hizo evidente cuando *The Guardian* puso en marcha una campaña dirigida a las compañías de combustibles fósiles, que se muestra en la zona para asociados de la sección de sostenibilidad empresarial.

Oportunidades: Con más de 32.000 miembros activos y 540.000 visitantes únicos al mes, el sitio tiene la capacidad de implicar a la audiencia en las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. Su foro alienta el diálogo, al permitir que se publiquen comentarios sobre los reportajes y se comparten historias. Al fomentar la participación de los lectores, el foro amplía su difusión y repercusión global, tanto en escala como en alcance.

Estudiar el desempeño para publicar clasificaciones

Cuando tienen acceso a los datos relativos al desempeño de las empresas, los medios pueden publicar clasificaciones sobre distintos ámbitos, desde el desempeño ambiental hasta el grado de satisfacción de los trabajadores. Los premios otorgados por los medios de comunicación estimulan la innovación y la implicación de las empresas en temas de interés social, y promueven la transparencia corporativa. **Las clasificaciones verdes (Green Rankings)** de Newsweek, por ejemplo, evalúan el desempeño ambiental de las empresas, centrándose en las 500 mayores empresas de los Estados Unidos y el resto del mundo. El *Financial Times* dirige unos **premios corporativos** que tienen por objeto promover la banca y la financiación sostenible, así como los negocios con capacidad de transformación.

The Sunday Times, en el Reino Unido, y la revista **Fortune**, en los Estados Unidos, publican una clasificación con las 100 mejores empresas para trabajar. *Fortune* dirige esta iniciativa en colaboración con Great Place to Work desde hace casi dos decenios. **Los estudios demuestran** que las empresas con un nivel elevado de confianza de sus empleados tienen un mejor rendimiento financiero y una menor rotación de personal. Este tipo de clasificaciones motivan a las empresas; las que no figuran en la lista pueden esforzarse por mejorar el grado de satisfacción de sus empleados, y las demás aspiran a subir puestos en la tabla. Además, las clasificaciones constituyen una referencia para posibles empleados, aquellas personas que buscan trabajo o deben tomar una decisión sobre su carrera profesional.

Igualmente, los premios de los medios de información dirigen la atención hacia las empresas con un mejor rendimiento, lo que fomenta la mejora del desempeño y permite que los empleados y asociados potenciales conozcan mejor el comportamiento de las compañías. En las economías en desarrollo y emergentes, los premios pueden hacer hincapié en temas sociales y ambientales pertinentes, y recompensar a las empresas que impulsan un cambio positivo. En Sudáfrica, el diario *Mail & Guardian* otorga los premios **a la inversión en el futuro y los motores del cambio (Investing in the Future & Drivers of Change Awards)**, con los que pretende estimular la participación de las empresas en

la búsqueda de soluciones a los problemas sociales. Las empresas que desean aspirar a los premios deben aportar documentación —por ejemplo, memorias de sostenibilidad— que justifique su nominación.

Los medios de comunicación se encuentran en una posición privilegiada para hacer uso de los datos de sostenibilidad con miras a dirigir la atención del gran público hacia las empresas con un mejor rendimiento en diversos ámbitos. Al asociarse con instituciones de investigación o elaborar sus propias evaluaciones a partir de encuestas y datos de sostenibilidad, muchos diarios y revistas elaboran clasificaciones útiles de empresas y premian a las que promueven el cambio. Los datos de desempeño en materia de sostenibilidad permiten que los medios recompensen a las empresas. Ese reconocimiento sirve de acicate a los posibles ganadores y resulta útil a los posibles empleados, asociados y proveedores.

ESTUDIO DE CASO *Mail & Guardian Investing in the Future Awards* Impulsar la mejora del desempeño con clasificaciones y premios

El semanario sudafricano *Mail & Guardian* puso en marcha hace aproximadamente 30 años sus premios **Investing in the Future**, que promueven la inversión y la responsabilidad social en las empresas, el Gobierno y la sociedad civil. Los premios se otorgan a proyectos de empresas, individuos, la sociedad civil o las entidades públicas de Sudáfrica que repercuten en la vida de las personas que viven en la pobreza mediante el desarrollo y la ejecución de políticas y estrategias públicas eficaces. Los ganadores son proyectos innovadores que proponen soluciones creativas a algunos de los problemas de sostenibilidad más graves de Sudáfrica.

Un jurado independiente valora cada año centenares de proyectos de todo el país. Los aspirantes deben aportar información de fondo; por ejemplo, memorias de sostenibilidad en las que se describan sus actividades, desempeño y repercusión.

Resultado: Los premios han dado a conocer la contribución de las empresas, que a menudo pasa desapercibida, de cara a abordar los retos socioeconómicos sudafricanos. Recibir un premio se considera un gran honor, y ese espaldarazo ha ayudado a impulsar muchos proyectos con una influencia positiva en el país. También han contribuido a mejorar la divulgación de información y a un conocimiento mayor de la actividad empresarial por parte de los ciudadanos.

Retos: El jurado evita reconocer proyectos empresariales de inversión social aparentemente excelentes pero que están financiados por compañías cuya actividad principal contradice de algún modo dichos proyectos —por ejemplo, una empresa con una iniciativa sobresaliente de educación ambiental cuyas fábricas contaminan los ríos—. Aunque no es fácil, este enfoque reconoce la importancia de vigilar activamente el desempeño en sostenibilidad de las empresas (entre otros medios, a través de sus memorias de sostenibilidad) y de revisar con actitud crítica el efecto social más amplio de cada compañía.

Oportunidades: El proceso de evaluación se ha concebido con miras a reconocer aquellos proyectos que marcan una diferencia continuada, en detrimento de los patrocinios con fines publicitarios que carecen de repercusión a largo plazo. Se considera que la innovación es un medio para lograr avances en la lucha contra los problemas sociales. Los premios animan a las empresas a adoptar enfoques más innovadores al abordar cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, así como a comunicar sus progresos.

Aprender de los medios de comunicación

Los medios entrevistados con motivo del presente informe señalaron varias maneras de que los medios favorezcan el desarrollo sostenible al facilitar una toma de decisiones fundamentada.

- **Valorar el desempeño con perspectiva**
La sección de sostenibilidad empresarial de The Guardian explica que el reto consiste en promover un cambio socioeconómico positivo al mismo tiempo que se desalientan y se vigilan con atención las posibles iniciativas de «lavado de cara» ecológico, analizando con perspectiva los logros de sostenibilidad de las empresas.
- **Invertir en un periodismo de calidad**
Para ser eficaz, el periodismo de investigación requiere tiempo y recursos, afirma el Instituto Schuster para el Periodismo de Investigación; se trata de un problema fundamental para unas empresas que cada vez disponen de menos recursos y están condicionadas por la rentabilidad. La inversión posibilita que los medios aprovechen los datos para sacar la verdad a la luz.
- **Premiar el cambio genuino, no la mercadotecnia**
Mail & Guardian reconoce aquellos proyectos que marcan una diferencia continuada, en detrimento de los patrocinios con fines publicitarios que carecen de repercusión a largo plazo.
- **Mantener la objetividad**
Los medios de comunicación se enfrentan al reto que supone indagar en la información de desempeño de las compañías y comentarla con objetividad cuando se depende de los ingresos de las empresas anunciantes, que pueden ser objeto de dicha investigación.

Recomendaciones

Cada grupo de usuarios destacó diferentes retos y oportunidades, con convergencias notables. A continuación se consolidan y exponen las recomendaciones para cuatro grupos: los gobiernos y reguladores, las organizaciones que elaboran memorias, los usuarios de las memorias y GRI.

Gobiernos y reguladores

- Desarrollar un entorno normativo propicio: Un entorno normativo propicio fomenta la transparencia, y la existencia de directrices normalizadas añade valor a los datos resultantes para los grupos de interés
- No establecer un nivel de exigencia excesivo: Ofrecer distintas opciones de divulgación estimula a las empresas punteras y anima a las que se incorporan más tarde a seguir su ejemplo
- Apoyar a la pequeña y mediana empresa: Desarrollar su capacidad aumentaría su representación

Organizaciones que elaboran memorias

- Garantizar la precisión e integridad de los datos: Elaborar memorias realistas brinda información más útil a nivel sectorial o nacional
- Emplear indicadores normalizados: Utilizar directrices como la Guía de GRI o los indicadores sectoriales para que los datos sean comparables
- Tener en cuenta el contexto: Explicar el contexto, incluso con datos cualitativos, posibilita una mejor comprensión por parte de los grupos de interés

Usuarios de las memorias

- Prestar atención al contexto: El sector, la ubicación, el tamaño y el entorno de una empresa, entre otros muchos factores, influyen en su desempeño en materia de sostenibilidad
- Evaluar la fiabilidad de los datos: Buscar datos fiables y precisos que reflejen el desempeño, no confiar en la mercadotecnia
- Mantener la objetividad: Los grupos de interés, por ejemplo los medios de comunicación, tienen con frecuencia intereses particulares en las empresas; mantener la objetividad es fundamental para describir con claridad su desempeño

GRI

- Aprovechar la tecnología: Ofrecer una plataforma en la que analizar sus datos contribuye a que los grupos de interés usen los datos con mayor eficacia
- Contextualizar los datos: Situar los datos en contexto —por ejemplo, en cuanto a sector, ubicación y entorno— permite obtener perspectivas más valiosas
- Desarrollar la capacidad: Ayudar a que las organizaciones que elaboran memorias y sus usuarios fomenten el diálogo e incrementen el valor de los datos de sostenibilidad

GRI está fundamentando en los resultados del presente estudio su estrategia y práctica futuras en tres ámbitos: mejorar las normas para la elaboración de memorias, a fin de aumentar lo más posible su utilidad para los usuarios; utilizar la tecnología para crear una plataforma que facilite una comunicación sobre la sostenibilidad eficaz que vaya más allá de la publicación de las memorias; y movilizar a las comunidades de usuarios en relación con los beneficios y el valor de los datos que se divultan con miras a satisfacer sus necesidades.

Las recomendaciones anteriores constituyen la línea de partida de nuestro trabajo colectivo para optimizar el valor de los datos de sostenibilidad con vistas al próximo conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible, y para tomar decisiones motivadas que respalden un futuro sostenible.

Agradecimientos

Global Reporting Initiative (GRI) desea expresar su agradecimiento a la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos (SECO) suiza, cuyo apoyo financiero hizo posible este informe.

GRI desea expresar su agradecimiento a las siguientes personas y organizaciones por sus valiosas aportaciones durante el proceso de elaboración de esta publicación:

- **Supervisión general**
Alison Slater, Directora de Desarrollo Sostenible y Redes Regionales, GRI
- **Gestión del proyecto**
Christine Koblun, Gerente de Desarrollo Sostenible y Redes Regionales, GRI
- **Con aportaciones de**
Gine Zwart, Asesora Principal de Responsabilidad Empresarial, Oxfam Novib
- **Investigación y elaboración de los estudios de caso**
Sebastian Straube, Director General y Cofundador de BSD Germany
Beat Grünninger, Socio de BSD Group
Felipe Arango, Socio de BSD Group
Tobias Knapp, Director General de BSD China
Jonathon Hanks, Director General de Incite
- **Redacción del informe**
Lucy Goodchild van Hilten, Tell Lucy
- **Diseño y maquetación**
Bert Odenthal, Odenthal Design
Sarah Hoppe, Odenthal Design

Asociados en la investigación

GRI ha colaborado estrechamente con Oxfam y BSD Consulting en la elaboración de este informe. Oxfam aportó un valioso liderazgo intelectual al proyecto, ofreciendo impresiones e ideas, y ayudando a recopilar la información que constituye la base del informe. GRI encargó la labor de investigación a BSD Consulting, cuya red internacional de consultores ha permitido reunir puntos de vista de todo el mundo. Lucy Goodchild van Hilten, de Tell Lucy, tradujo las investigaciones, entrevistas y perspectivas que se incluyen en el informe.

Oxfam es una confederación internacional de 17 organizaciones que colaboran con organizaciones sociales y comunidades locales en más de 90 países. Una de cada tres personas en el mundo vive en la pobreza. Oxfam está decidida a cambiar el mundo mediante la movilización del poder de las personas frente a la pobreza. En todo el planeta, Oxfam se esfuerza por descubrir formas prácticas e innovadoras de que las personas salgan por sí mismas de la pobreza y prosperen. Oxfam salva vidas y ayuda a reconstruir los medios de subsistencia en situaciones de crisis. También lleva a cabo campañas para que la voz de los pobres influya en las decisiones locales e internacionales que les afectan. Todo el trabajo de Oxfam se desarrolla conjuntamente con organizaciones sociales y mujeres y hombres vulnerables, y se dirige a poner fin a las injusticias que causan la pobreza.

BSD Consulting es una consultoría global en estrategias de sostenibilidad que ofrece un liderazgo reflexivo y soluciones personalizadas para la gestión de las cuestiones relativas a la sostenibilidad a empresas internacionales y organizaciones gubernamentales. A través de sus oficinas locales y organizaciones asociadas, BSD tiene capacidad para facilitar su experiencia local en todas las regiones del mundo. El objetivo de BSD es repercutir en la mayor medida posible en el desarrollo de la sostenibilidad a través de la innovación y la excelencia, que son los motores principales que impulsan el trabajo diario de nuestro profesionales.

Tell Lucy es una empresa de comunicación especializada en ciencia y sostenibilidad. Centrada en contar historias, Tell Lucy persigue elaborar contenidos complejos que resulten accesibles, comprensibles y atractivos. Su fundadora, Lucy Goodchild van Hilten, exdirectora de Prensa y Comunicación de GRI, está convencida de que los investigadores y las empresas deben comunicarse con mayor claridad, dado que tienen capacidad para alentarnos a trabajar en pos de un futuro próspero y sostenible.

ACERCA DE GRI

GRI es una organización internacional sin ánimo de lucro que trabaja en aras del bien común y promueve una economía mundial sostenible en la que las organizaciones gestionen de manera responsable sus impactos y desempeño económicos, ambientales, sociales y de gobierno. Miles de redactores de memorias de los sectores público y privado de más de 90 países emplean la Guía de GRI. En la Base de datos de divulgación sobre Sostenibilidad de GRI se han registrado más de 23.000 memorias, y 25 países y regiones hacen referencia a GRI en sus políticas. La actividad de GRI tiene una doble vertiente: en primer lugar, la facilitación de guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad; y, en segundo lugar, la puesta en marcha de actividades, productos y alianzas dirigidos a incrementar el valor de las memorias de sostenibilidad para las organizaciones.

www.globalreporting.org

info@globalreporting.org

PROPIEDAD INTELECTUAL

Este documento está protegido mediante copyright por Stichting Global Reporting Initiative (GRI). Este documento no puede ser reproducido, almacenado, traducido o transferido, total o parcialmente, en modo alguno y en ningún tipo de formato (ya sea electrónico, mecánico, mediante fotocopias, por grabación ni de cualquier otro modo) ni con ningún otro fin, sin la autorización previa y por escrito de GRI. Global Reporting Initiative, el logotipo de Global Reporting Initiative, la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y GRI son marcas registradas de Global Reporting Initiative.

© 2015 Global Reporting Initiative

Descargo de responsabilidad

Ni la junta directiva de GRI, ni Stichting Global Reporting Initiative, ni sus socios en este proyecto, incluido Oxfam Novib, asumen ninguna responsabilidad con respecto a los daños o perjuicios que se puedan derivar, de forma directa o indirecta, del uso de las publicaciones de GRI. Las conclusiones y opiniones expresadas en el presente documento no representan necesariamente las opiniones y decisiones, o la política establecida, de GRI o de sus socios en este proyecto, al igual que la mención de nombres o procesos comerciales tampoco constituye un respaldo.