

Éxito Empresarial

Reportes de sostenibilidad empresarial: mantenga una comunicación efectiva con sus grupos de interés, inclusive en tiempos de crisis

Elizabeth Venegas Mata
Gestión Ambiental y RSC
CEGESTI

Muchas empresas que han venido trabajando y realizando actividades bajo criterios de responsabilidad social corporativa (RSC), se preguntan cuáles esfuerzos podrán mantener ante la crisis financiera que se presenta en la actualidad.

Para contestar esta pregunta se debe tener claro el tipo de responsabilidad social que están aplicando en su empresa. Si sus actividades son completamente filantrópicas, probablemente se verán obligadas a recortar los gastos destinados a estos programas de apoyo social y ambiental. Por otro lado, se presenta de manera clara que las empresas en las que sobrevivirá la RSC serán las que realmente tomen conciencia de que no es sinónimo de acción social, sino que se trata de una disciplina transversal que integra a toda la organización y que debe incorporarse a todos los procesos de toma de decisiones (cultura corporativa, estrategia y sistemas de gobernanza).

En este sentido, la crisis global presenta una oportunidad para desarrollar una RSC de mayor calidad, ya que antes de abandonar los esfuerzos realizados en los últimos años, será ventajoso seguir adelante en una carrera hacia las tres dimensiones del desarrollo sostenible (económica, ambiental y social), para vincularlas con el núcleo y la estrategia del negocio. Así, la desaceleración económica puede

hacer disminuir algunos proyectos o retardar el ritmo, pero no puede dejar de lado un estilo de gestión que ha empezado a demostrar su potencial de cambio (Canyelles, 2008).

Uno de los esfuerzos que engloba todas las actividades realizadas por la empresa, se refiere a la elaboración de la "reporte de sostenibilidad", la cual se puede definir como un documento elaborado por la dirección de la empresa, que recoge de forma organizada, periódica y objetiva los efectos relevantes (positivos y negativos) de la actividad de la compañía en el desarrollo sostenible de su entorno. Es un informe de carácter público que las compañías ofrecen a sus partes interesadas, tanto internas como externas.

Los reportes de sostenibilidad aportan importantes beneficios para las organizaciones que las publican, algunos de los cuales son:

- *Facilita la obtención de datos:* La medición e información de la actuación, tanto pasada como anticipada de una organización, constituye una herramienta de gestión esencial en esta era de la información.
- *Mejora las relaciones con las partes interesadas externas:* Las empresas le dan una importancia cada vez mayor a sus relaciones con partes externas, ya sean consumidores, inversores o agrupaciones diversas, ya que constituyen un factor fundamental para su éxito empresarial. La transparencia y el diálogo abierto sobre



actuación, prioridades y planes futuros de sostenibilidad ayudan a reforzar esas relaciones y a inspirar confianza.

- *Favorece la comunicación interna:* Ayuda en la vinculación de funciones habitualmente aisladas y diferenciadas de una corporación (finanzas, marketing, investigación y desarrollo, recursos humanos) de un modo más estratégico. Además, gracias a estos reportes se pueden establecer diálogos internos que de otra manera serían imposibles.
- *Detecta riesgos futuros:* La identificación de los puntos conflictivos (y las oportunidades no previstas) en las cadenas de suministro, en las comunidades, entre los organismos reguladores, así como en la reputación y en la gestión de marca comercial es una de las principales ventajas de la elaboración de reportes.
- *Mejora la imagen de la empresa:* Ayuda a resaltar las contribuciones sociales y ecológicas de las organizaciones y las características de sostenibilidad de sus procesos, productos y servicios. Tales mediciones son fundamentales para mantener y reforzar la "licencia para funcionar".
- *Mantiene canales de comunicación de calidad:* Una información más exhaustiva y periódica, que incluya aquello que los analistas solicitan a los gestores según las necesidades de cada momento, puede suponer una mayor estabilidad financiera para una compañía, al evitar fluctuaciones en el comportamiento del inversor a causa de declaraciones inesperadas o de última hora (White, 2007).

De esta manera, los reportes se convierten en una herramienta de gestión que proporciona una forma de evaluar la consistencia entre la política económica, social y ambiental de la organización, y su actuación real. Además, si se logra adoptar un comportamiento sosteniblemente más avanzado que los competidores, puede usar la reporte como instrumento para diferenciarse. A nivel operativo, el reporte brinda una estructura lógica para introducir conceptos de sostenibilidad en las operaciones y productos de la organización, y también ayuda a desarrollar sistemas de información para evaluar los progresos en los objetivos económicos, ambientales y sociales. En términos de marketing y comunicación, el reporte proporciona un medio para

compartir y promover efectivamente el diálogo con los *stakeholders* internos y externos.

Global Reporting Initiative (GRI)

La iniciativa más extendida a nivel internacional para la elaboración de este tipo de reportes de sostenibilidad es la propuesta por la Global Reporting Initiative (GRI). Se trata de un modelo estandarizado que cuantifica la RSC a través de los denominados "indicadores de desempeño", organizados en las dimensiones económica, ambiental y social. Es reconocida por diferentes instituciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Comisión Europea, e incluida como guía de referencia para la elaboración de reportes de sostenibilidad en diferentes estrategias de desarrollo sostenible en el ámbito estatal y privado.

La GRI es una institución conformada por una gran red de acción global que incluye miles de expertos, en decenas de países, con el objetivo de aportar sus conocimientos para que las empresas elaboren sus reportes o reportes de sostenibilidad.

La propuesta de la GRI es proporcionar pautas específicas para que las organizaciones puedan confeccionar y estructurar sus reportes de sostenibilidad de forma voluntaria, y a la vez que puedan cuantificar y evaluar tanto su gestión social como ambiental y financiera.

El uso de la guía o modelo proporciona beneficios para elaborar reportes de sostenibilidad, ya que además de presentar el impacto humano y ecológico de una organización, ofrece una herramienta de gestión para promover, coordinar y evaluar los objetivos de mejora continua en las actuaciones de una organización. Además, facilita la comparación y el *benchmarking* entre organizaciones; permite identificar puntos conflictivos y oportunidades no previstas, así como evaluar los desarrollos potencialmente dañinos en una organización; permite vincular las funciones diferenciadas de una corporación como finanzas, marketing o I+D, de un modo estratégico; refuerza las relaciones externas de la organización; y facilita información exhaustiva y periódica que supone mayor estabilidad financiera (Ecodes, 2006).

Estos reportes, según los criterios de la GRI, deben incluir tanto las contribuciones positivas como las negativas de la empresa informante. De esta

manera, se vislumbran los valores de transparencia y mejora continua que una empresa puede tener.

Conclusión

En términos generales, para una empresa que practica la responsabilidad social, su compromiso debe pasar a formar parte de la esencia misma de la organización, de lo contrario no dejaría de ser una moda pasajera que no incrementa el capital social de la empresa ni el de sus grupos de interés. Es bajo este contexto, cuando los reportes de sostenibilidad ponen a prueba el nivel de compromiso de la organización con la responsabilidad social, señalando las metas alcanzadas y el camino que aún queda por recorrer. La guía GRI se presenta como una herramienta validada y bien estructurada para realizar los reportes de sostenibilidad empresariales y exponer ante todos los grupos de interés clave, ese compromiso constante con el desarrollo sostenible.

Referencias

- Brandolini, A. (2006). *Medición de la RSE: ¿Realidad o utopía?* Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado el 4 de febrero de 2009, de http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=noticia_detalle&id_noticia=130
- Canyelles, J. (2008). *RSE en tiempo de crisis*. Diario Responsable. Recuperado el 3 de febrero de 2009, de www.diarioresponsable.com/20081106-rse-en-tiempo-de-crisis.html
- Ecodes. (2006). *La AEC señala que la introducción de la RSC en las pymes se está produciendo de manera "contundente"*. Fundación Ecología y Desarrollo. Recuperado el 3 de febrero de 2009, de <http://www.ecodes.org/pages/noticias/evento.asp?id=1282&9972e02a-38a8-4df6-bddc-6c51b4dd0836>
- Scade, J. (2008). *Memorias de RSC o de sostenibilidad en tiempos de crisis, ¿inversión o gasto?* En Evolución. Consultado el 4 de febrero de 2009, de <http://enevolucion.wordpress.com/2008/01/29/memorias-de-rsc-o-de-sostenibilidad-en-tiempos-de-crisis-%C2%BFinversion-o-gasto/>
- White, A. (2007). *Las memorias de sostenibilidad*. Empresa Sostenible. Recuperado el 3 de febrero de 2009, de <http://www.empresasostenible.info/sostenibilidad/sostenibilidad.asp?cid=7142&mode=default>

Éxito Empresarial

es una publicación periódica de CEGESTI.

Si desea conocer más acerca de cómo mejorar la competitividad de su empresa, acceda a los artículos de publicaciones anteriores en nuestro sitio web: www.cegesti.org