

Informes de Sostenibilidad

Sugerencias para su elaboración

Documento N° 1
Diciembre 2005





Índice

Prólogo del WBCSD	3
Aspectos generales	5
Aspectos de contenido	6
Aspectos de diseño y formato	10

Prólogo del WBCSD

En lo referente al desarrollo sostenible, las empresas se encuentran bajo creciente presión de sus grupos de interés para ser transparentes en sus valores, principios y resultados. Notamos que en las empresas hay un creciente reconocimiento que los informes externos que tratan estos temas fortalecen la posición y reputación de las empresas. Estos reportes representan una respuesta efectiva y necesaria a la demanda de transparencia.

Es claro que estos informes son apenas la punta del iceberg. A las empresas les resultará difícil continuar produciendo informes fiables y relevantes sin una gestión y sistemas de información que los sostengan. El desafío es integrar los temas de desarrollo sostenible en los procedimientos cotidianos de la empresa. Ello determinará como las empresas, en la práctica, implementarán sus políticas.

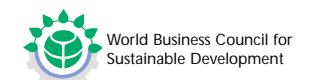
En los últimos años han surgido una variedad de iniciativas, códigos y guías. Comprendemos la dificultad de informar sobre desarrollo sostenible, pero esta multiplicidad no está precisamente contribuyendo a hacer la tarea de quienes desean informar más fácil, ni a responder efectivamente al interés de quienes deben ser informados. Es por ello que apreciamos los esfuerzos del Global Reporting Initiative (GRI) por su intento de armonizar la gran variedad de formatos que han surgido.

Sin embargo, queda mucho por hacer para alcanzar un marco general y no deberíamos esforzarnos en estandarizar prematuramente ni sofocar la innovación. En lo que se refiere a informes de sostenibilidad, aprender mediante la práctica es la mejor forma de obtener informes relevantes y de mejor calidad. A su vez, es necesario ser más cuidadosos en la comparación de resultados específicos entre diferentes empresas ya que no debemos erróneamente asumir que esa comparación es viable sólo porque fue aplicada la misma guía.

Hasta ahora, la divulgación de informes ha sido de forma voluntaria, con las empresas en control del “qué, cómo y cuándo” informar. Tal como sucedió con los informes financieros, la mayor presión de los usuarios y de la sociedad influenciará en el futuro los requerimientos de los informes de sostenibilidad. De todas maneras, existe un equilibrio delicado entre la información que las empresas pueden realísticamente proporcionar y todo sobre lo cual los grupos de interés quisieran ver informado.

Felicitemos al CEADS (BCSD Argentina) por elaborar esta guía práctica, que refleja lo último en informes de sostenibilidad en Argentina. Presentando varias alternativas, da a las empresas consejos útiles para elaborar sus informes y a la vez mejorar la comprensión del valor que estos informes pueden agregar a la empresa.

Margaret Flaherty
Accountability & Reporting
Project Director



World Business Council for
Sustainable Development



Introducción

En los últimos cinco años, muchas empresas han comenzado a elaborar diferentes informes que complementan la información financiera y patrimonial contenida en sus estados contables, y detallan su proceder en torno a esta nueva concepción. Con la creencia de que sólo serán competitivas las organizaciones que demuestren un desempeño económico, ambiental y social positivo, el Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, CEADS, presenta la primera herramienta para elaborar estos Informes. Poniendo así a disposición de las empresas, una ayuda práctica, de contenido y formato amigables, como material específico para su elaboración.

Su confección tuvo en cuenta las tendencias globales: fortalezas y debilidades de más de 60 informes de empresas de distintos países, y su aplicabilidad en la realidad Argentina.

A la vez se lo considera complementario de criterios específicos, como los contenidos en las guías de Global Reporting Initiative (GRI), ETHOS, AccountAbility, o las propias recomendaciones del Consejo Empresario Mundial para el Desarrollo Sostenible, WBCSD.

Las sugerencias han sido ordenadas en tres grupos. El primero -Aspectos Generales- contempla aquellos temas relacionados con la elaboración de los informes que deben ser considerados a la hora de iniciar el trabajo.

El segundo grupo -Aspectos de Contenido- se aboca a identificar el material relevante para el informe.

Finalmente el último grupo -Aspectos de diseño y formato- detalla elementos importantes para la presentación gráfica del informe.

El CEADS, Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible es una organización empresarial multisectorial que nuclea a 40 empresas en Argentina, líderes en su actividad, de diferentes sectores de la economía y unidas por un compromiso común: el Desarrollo Sostenible.

Fundado en el año 1992, es el capítulo local del Consejo Empresario Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), iniciativa que se replica en diferentes países, formando parte de una "Red Global" de 55 Consejos Empresarios para el Desarrollo Sostenible.

Aspectos generales

1. DENOMINACIÓN

En general estos Informes adoptan el nombre de 'Informes de Sostenibilidad', 'Informes de Sustentabilidad' o 'Balance Social', y en los casos en que contienen información sobre una sola temática, 'Informe Medioambiental' o 'Informe Social'. Se concuerda que Informe de Sostenibilidad es el más adecuado, para no confundir con la Ley de Ordenamiento Laboral 25.877.¹

El informe debería contener una referencia al Desarrollo Sostenible (ya sea una definición propia de la empresa o alguna tomada de una fuente reconocida como el WBCSD). Esta denominación da la posibilidad de incorporar temas ambientales y de gestión, no sólo aquello estrictamente "social".

2. HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

La naturaleza del informe lo convierte en una excelente herramienta de comunicación. En este sentido, es importante que sea planificado como tal. Para ello es conveniente considerar previamente los destinatarios del informe. Una redacción clara y amena así como contenidos articulados correctamente agilizan lectura y aseguran comprensión.

3. OPINIÓN DE EXPERTOS INTERNOS Y EXTERNOS. PARTICIPACIÓN DE TERCEROS.

Pueden incluirse opiniones de un experto interno de la empresa o de terceros como por ejemplo personalidad reconocidas o miembros de organizaciones especializadas en temas vinculados con lo informado. También existe la validación de la información a través de terceras partes independientes, tal el caso de certificadotas o consultoras internacionales.

Estos agregados pueden ser opiniones respecto al "Informe en general", o también la opinión de expertos sobre algún programa en particular que se esté presentando en el Informe (por ejemplo, expertos en temas de salud, comentando un programa sanitario llevado a cabo por la empresa).

La empresa deberá evaluar la real utilidad de estas opciones,

tanto para su uso interno como para el usuario principal identificado (diferente si es la comunidad cercana que accionistas, o fondos de inversión).

4. CARTA QUE ACOMPAÑA AL INFORME

Esta no es parte física del Informe, pero es lo primero que lee quien lo recibe, y se constituye como una especie de editorial de la empresa al público, donde se presenta y definen los objetivos. De ahí la importancia estratégica de su redacción e inclusión.

Muchas de estas cartas son redactadas por la consultora o especialista, o por el jefe del área que coordina el Informe.

Aquellas que son firmadas por el Presidente o CEO, generan alto impacto y jerarquizan, no solo el Informe, sino el proceso de comunicación en sí.

Son de una carilla, y tienden a invitar al usuario a leerlo y a opinar al respecto.

Generalmente estas cartas indican si es el primer informe que realiza la compañía, el motivo por el que lo realiza, o si se trata de versiones posteriores.

Se recomienda contemplar la posibilidad de establecer distintos grados de personalización de acuerdo con los distintos grupos de interés destinatarios del informe.

5. SOLICITUD DE 'FEEDBACK' O INTERCAMBIO

El Solo hecho de ofrecer la posibilidad de recibir comentarios, genera percepción de transparencia, por lo que se recomienda tener en cuenta este aspecto.

Si bien solicitar la opinión del usuario por Internet es la forma más utilizada, es recomendable dejar abierta la posibilidad hacerlo por correo postal. Reconocer la "brecha digital" pone

Consideraciones Generales para el Primer Informe

Hay que tener presente que se inicia un proceso de comunicación, con una frecuencia determinada (por lo general anual), por lo que resulta imprescindible administrar la información en el primer Informe, para evitar desproporción con el 2° y sucesivos.

Asimismo, el primer Informe tiene ventajas que aprovechar:

- presentar la empresa y su actividad principal, dado que el público del informe, puede no conocer los productos y servicios que la misma desarrolla;
- o bien conocer sus marcas pero no asociarla con la empresa;
- contar lo que ya está haciendo en materia de Desarrollo Sustentable y los logros alcanzados hasta la fecha;
- y también establecer una línea de base, sobre la cual los Informes subsiguientes puedan autocompararse o referenciarse.

1. Promulgada el 2 de marzo de 2004, prevee la elaboración de un informe anual para las empresas con más de 300 empleados. Para más información ver norma en www.infoleg.mecon.gov.ar

en evidencia que la empresa también se interesa en públicos sin acceso a internet.

Para optimizar los costos asociados a la consolidación de la información recibida, se puede acotar el grado de apertura a través de plantillas tipo "check listos" o cuestionarios estructurados para ser remitidos a la empresa. Mas aun, es indispensable que tenga franqueo postal pago si se identifican sectores de escasos recursos entre los destinatarios.

6. PERSONA DE CONTACTO

Para la recepción de sugerencias por mail, es recomendable seguir con un perfil "personalizado", es decir que se de la dirección de correo electrónico de una persona real que esté a cargo, y no una general de tipo 'Informaciones'.

Aspectos de contenido

1. LOS CAPÍTULOS

Ordenar la información por Temas o por Grupos de Interés es lo más aconsejable.

Lo importante es que esta división de los capítulos se corresponda con el Objetivo del Informe.

Un modelo básico es el siguiente:

- Índice
- Introducción
- Datos de la empresa operativos y datos del Sector.
- Público interno
- Medio Ambiente
- Comunidad
- Otros

Es muy práctico que cada capítulo del índice contenga una explicación sencilla del contenido que allí el lector podrá encontrar.

Esto otorga la posibilidad de leerlo en etapas, o que cada lector se dirija al capítulo que crea prioritario.

2. INTRODUCCIÓN DE LOS INFORMES

Es importante la ubicación de la Introducción realizada por las autoridades. Se recomienda que sea un mensaje de una o dos carillas, de la máxima autoridad de la empresa. En algunos casos, es una carta conjunta entre el Presidente y el CEO (en el caso que no sea la misma persona).

Por lo general explica el objetivo del Informe, y el porqué del compromiso de la empresa en temas Sociales y Ambientales, además de destacar la actividad principal de la empresa. También es recomendable que haga una relación conceptual entre los aspectos no económicos (ambientales y sociales) con los económicos, tomando como marco el Desarrollo Sostenible.

3. CADENA DE VALOR

Una cadena productiva integra el conjunto de eslabones que conforma un proceso económico, desde la materia prima a la distribución de los productos terminados.

Este concepto fue evolucionando, y generalmente son un capítulo independiente en los informes posteriores al año 2000.

En este tema, hay que tener en cuenta la realidad local, y destacar el impacto que, sobre las economías regionales, produce el fortalecimiento de proveedores (y clientes o distribuidores) por parte de una empresa grande.

4. INDICADORES

Debidamente elegidos, los indicadores son útiles herramientas de gestión, y por su simpleza, son convenientes para la comunicación. La decisión de utilizar indicadores dentro de los informes de sostenibilidad supone un compromiso de transparencia y objetividad.

Horas de Capacitación

Se debatió si la capacitación en temas "operativos" deberían ser incluidos o no, llegándose a la conclusión que sin lugar a dudas es parte del "Capital Social", es medible y por lo tanto es materia de un Informe.

Además el "público interno" es un Grupo de Interés para toda empresa, y en un 90% cuenta con un capítulo propio en los informes.

Por otra parte las empresas tienen ya cuantificado estas actividades. Se suele exponer en horas y estar desagregado en escalas jerárquicas.

La elección de indicadores debe tener una relación directa con la forma en que la empresa aborda la temática del Desarrollo Sostenible, y una estrecha vinculación con su actividad específica. Sólo de esta manera podrán cumplir el doble rol de servir al mejoramiento de una gestión enfocada a la sostenibilidad y de ser vínculos de comunicación con grupos de interés.

Teniendo en cuenta que no siempre la relación es directa, es importante explicar la vinculación entre cada uno de los indicadores seleccionados y el objetivo de gestión que se busca y que se está midiendo. Esta interpretación permitirá al lector valorar efectivamente la información suministrada.

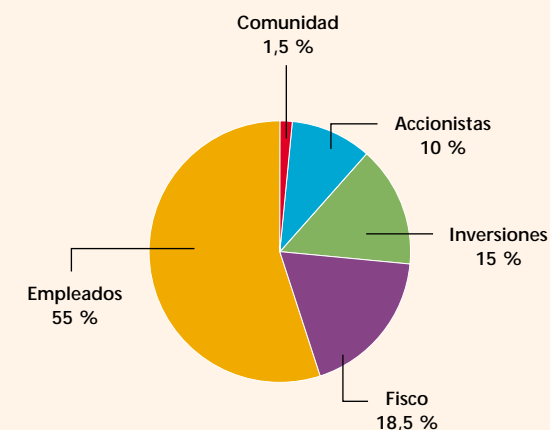
Debe considerarse en cuenta que el indicador no debe seleccionarse sólo por la disponibilidad de la información, sino que la misma debe ser relevante y consistente con la visión y los objetivos que la empresa impulsa, y es conveniente que abarquen todas las áreas del informe, dado que la ausencia de un indicador puede dar idea de no tener objetivos claros en la estrategia trazada, ni manera de evaluar la efectividad de las acciones llevadas a cabo.

La adopción de indicadores debe ser cuidadosamente estructurada ya que crea un criterio de mínima y de continuidad para con los lectores/usuarios, quienes seguirán la evolución de los indicadores escogidos. Esto genera una vinculación de seguimiento y en algunos casos de mejoramiento que deben estar prevista oportunamente.

El Cuadro de Valor Agregado

Es uno de los recursos que muestra de manera sintética y general lo que el resto del informe detalla.

Demuestra con números cómo la empresa distribuye su flujo monetario por grupos de interés (Empleados, Fisco, Comunidad, Proveedores Locales, Accionistas, Reinversiones).



a) Qué es un Indicador: Una variable cuantitativa o cualitativa para evaluar los cambios, el desempeño o los logros tendientes a un objetivo o meta.

Los Indicadores de Sostenibilidad, por ende, son un instrumento para medir el avance de la compañía hacia la sostenibilidad, en los aspectos ambientales, económicos y sociales (internos y externos) de la organización.

Considerando que provienen de las distintas dimensiones de la sostenibilidad, no es asegurable que los mismos estén vinculados entre sí y usualmente conservan en forma individual su perfil sectorial.

La tendencia debe ir hacia la producción de indicadores vinculantes, que en pocas cifras (datos) nos permita tener información rápida y clara de la actividad, en las cuales estén incorporado lo económico, social y ambiental en forma transversal y sistemática.

b) Objetivos de los indicadores: Los indicadores contribuyen a una evaluación objetiva y transparente de desempeño.

Su uso, diseño y evolución debe ser analizado teniendo en cuenta la estrategia global de RSE de la organización.

Los indicadores cumplen una cantidad de funciones. Algunas de ellas son:

- realizar un seguimiento de objetivos propuestos;
- monitorar una situación y su evolución en el tiempo;
- comparar el desempeño con otras organizaciones;
- simplificar el proceso de comunicación de resultados a los usuarios.

c) Características de los indicadores: Debe tenerse en cuenta que un indicador sea:

- Mensurable.
- Comparable.
- Orientado a las metas/objetivos.
- Representativo de la actividad.

Los indicadores seleccionados deben ser característicos y relevantes para el tipo y forma de actividad y desarrollo de la compañía:

- Relevante/Válido: debe monitorear lo más directo posible el objetivo/resultado que se quiere medir. Conexiones causales claras.
- Independiente: cada indicador se relaciona con un objetivo específico.
- Objetivo/preciso: debe permitir el consenso general sobre la interpretación de los resultados. La evaluación de diferentes stakeholders llevará a la misma conclusión.
- Ser sensibles al cambio.

d) Criterios de Selección. Deben tener una cantidad limitada, ya que demasiados indicadores generalmente terminan siendo contraproducentes.

Se debe tratar de abarcar la mayor cantidad de las tres áreas (económico, medioambiente o social) antes que ampliarse mucho en una o dos áreas exclusivamente.

Debe comprender los siguientes aspectos:

- Claridad en el diseño y definición: para ser comprensibles para las partes interesadas.
- Aplicabilidad.
- Continuidad y periodicidad: la información provista debe estar disponible con suficiente frecuencia para informar las decisiones de gestión.
- No-redundancia.
- Retrospectividad-predicción.
- Alta calidad y confiabilidad de los datos,
- Disponibilidad de los datos: en algunos casos pueden provenir de un sistema de gestión integrado (por ejemplo ISO). ¿Las fuentes son confiables y accesibles? ¿Existen ya fuentes externas de información apropiadas (ej. Reportes, estadísticas)? ¿Deben crearse otras fuentes?
- Escala espacial y temporal apropiada ¿Cuál es la frecuencia de muestreo?

- Costos de recopilación de los datos.
- e) Clasificación Pueden usarse uno o varios de estos criterios:
- Por grupos de interés.
 - Social / Ambiental / Económicos.
 - Toda otra agrupación aplicable al interés o claridad de los lectores.

Ejemplo de desarrollo de indicadores de Ecoeficiencia (WBCSD)

EL WBCSD recomienda la utilización de indicadores de medición de ecoeficiencia, apoyando la mejora en la sostenibilidad de la gestión. Se expresan a través de la relación entre un indicador del valor del producto o servicio realizado y un indicador representativo del impacto en el ambiente durante su producción.

Los indicadores de valor de producto pueden ser generales para cualquier área de industria o servicio, o bien propios del tipo de negocio específico.

Ejemplos de estos indicadores son las cantidades producidas, las ventas netas, ganancias etc.

Por su lado, los indicadores relativos al impacto en el ambiente, deben mantener una relación relevante con el tipo de actividad desarrollada.

Ejemplos de estos indicadores son la energía consumida, el agua consumida, emisiones de gases de efecto invernadero, cantidad de desechos etc.

De esta forma pueden combinarse varios indicadores para generar otros del tipo cantidad producida / energía consumida; o ventas netas / agua utilizada.

La correcta elección de los indicadores a relacionar permitirá un buen seguimiento de la evolución de la gestión dentro de un concepto muy vinculado a la sostenibilidad, especialmente desde el punto de vista ambiental.

En el caso de la industria del acero se definieron 12 indicadores para involucrar las dimensiones de la sustentabilidad:

FINANCIEROS

- Inversiones en nuevos procesos y productos.
- Margen operativo.
- Retorno de capital empleado.
- Valor agregado.

AMBIENTALES

- Emisiones de gases efecto invernadero.
- Eficiencia en el uso de materiales.
- Intensidad energética.
- Reciclado de producto.
- Utilización de agua.
- Sistemas de gestión ambiental.

SOCIALES

- Entrenamiento de personal,
- Índice de frecuencia de accidentes.

Ejemplo de indicadores de desempeño según el modelo del GRI

Los Indicadores de desempeño, como medidas de los impactos o efectos causados por la organización, se clasifican en indicadores económicos, ambientales, sociales e integrados. Estos últimos relacionan de manera directa dos o más dimensiones de la actuación económica, ambiental y social en forma de ratio.

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

- Ventas netas.
- Desglose geográfico de los mercados.
- Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y los servicios contratados.
- Gastos salariales totales.
- Distribución entre los proveedores de capital.
- Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del periodo.
- Suma total de todo tipo de impuestos pagados.
- Donaciones a comunidad, sociedad civil u otros grupos.
- Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa.
- Impactos económicos indirectos de la organización.

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL.

- Desglose del colectivo de trabajadores.
- Creación de empleo neta y promedio de facturación.
- Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes.
- Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados
- Tasas relacionadas con el trabajo (accidentes, daños laborales, días perdidos, etc.)
- Promedio de horas de formación por año y empleado, según la categoría de empleado.
- Descripción de políticas y programas de igualdad de oportunidades.
- Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades.
- Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética.
- Etiquetado de productos y cumplimiento de códigos no obligatorios.

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

- Consumo total de materias primas por tipos.
- Porcentaje de materias primas utilizados que son residuos (procesados o no).
- Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.
- Impactos en la biodiversidad derivados de las actividades.
- Emisiones de gases efecto invernadero.
- Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono.
- NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas.
- Cantidad total de residuos
- Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia.
- Proporción recuperable de los productos al final de su vida útil.
- Proporción de productos recuperados.
- Episodios y multas por al incumplimiento de las normativas ambientales.

INDICADORES INTEGRADOS

- Volumen de producción por unidad de residuo.
- Ventas netas por unidad de emisiones de CO2.
- Consumo de energía por función.
- Rendimientos del proceso.
- Cantidad de residuos por volumen de producción.
- Fracción de residuos reciclados por total de residuos.
- Beneficios sobre fondos propios.

Aspectos de diseño y formato

1. ¿EN PAPEL O FORMATO ELECTRÓNICO?

En realidad ambos son apropiados, ya que el formato en papel incrementa la facilidad de lectura mientras que la versión electrónica multiplica las posibilidades de difusión.

No obstante el formato de papel llega a aquellos usuarios pertenecientes a grupos de interés sin acceso a internet, sobre todo en países en desarrollo.

Hay una tendencia de generar en papel un informe corto, y en internet uno con mayores datos (esto debe aclararse en el informe de papel). Esto reduce costos, permite mantener un foco en los aspectos más relevantes, y lleva a que el verdadero interesado se movilice. El porcentaje entre estas dos opciones dependen desde luego, del público objeto que se haya escogido.

Además, estas dos instancias pueden moderar los excesivos pedidos de “información adicional” a la empresa.

Además de la propia web de la empresa, existen sites locales (www.ceads.org.ar) e internacionales (www.corporateregister.com; www.sustainabledevelopment-reports.org) que suben los informes disponibles en formato electrónico. Esto asegura alcance global.

2. ATRACTIVO

Se debe tener bien en cuenta que el mismo sea amigable e invite a ser leído.

3. EXTENSIÓN

Estudios recientes, cuentan que los informes han disminuido en un 50% su extensión. Los informes largos atentan contra el atractivo.

4. BALANCE ADECUADO ENTRE IMÁGENES Y CONTENIDO

Evitar fotos que sean de “archivo de imágenes”. Deben estar genuinamente relacionadas con lo que se explica en el texto.

FUENTES:

- www.worldsteel.org
- www.globalreporting.org
- www.ethos.org.br
- www.accountability.org.uk
- Publicación “Striking the Balance” en www.wbcsd.org.

