

Fuente

Fecha

América Economía

25/Ago/2017

TRANSPARENCIA CON GARANTÍA

Hoy, para las empresas no solo basta con ejecutar y difundir sus programas de responsabilidad social corporativa. Se hace necesario cuantificar, certificar y reportar estas acciones y sus resultados para generar confianza entre sus grupos de interés y mantener una reputación limpia.

POR NATALIA VERA, LIMA

Un chocolate que no es chocolate, una bebida de naranja que no contiene ni una gota de esta fruta o una leche que no es 100% leche son productos que han decepcionado a millones de peruanos que gozaban de su preferencia y que han puesto al descubierto la importancia de la transparencia de las empresas para generar confianza entre las personas. Lograrlo se ha convertido en un gran reto para las empresas. Hoy no solo basta con cumplir con exigencias y estándares para mantener una buena reputación

za a los grupos de interés, desde los clientes hasta los proveedores y las comunidades. Hasta el año pasado había entre 50 y 60 empresas que habían colgado su reporte de sostenibilidad en la base de datos del GRI (Global Reporting Initiative), que es la metodología más utilizada en el mundo para elaborar este reporte", dice Milagros Zamudio, *country manager* de BSD Consulting, *partner* del GRI en el Perú.

Sura es una empresa consciente de los beneficios de los reportes. "A través de

ellos podemos mejorar la reputación de la empresa, ser una organización atractiva para el mercado laboral, retener talento, establecer lazos de confianza con sus inversionistas y fidelizar nuestros clientes", dice Ofelia Rodríguez Larrain, gerente de Responsabilidad Corporativa de SURA.

Interbank es otra empresa que ha apostado por reportar sus acciones. Este año presentará su primer reporte de sostenibilidad. "Elaborarlo supone la participación de todas las áreas de la organización. Por

corporativa, sino que hay que reportar y certificar todas las acciones ejecutadas para ser creíbles, siendo los reportes de sostenibilidad y las certificaciones de RSE uno de los instrumentos para lograrlo.

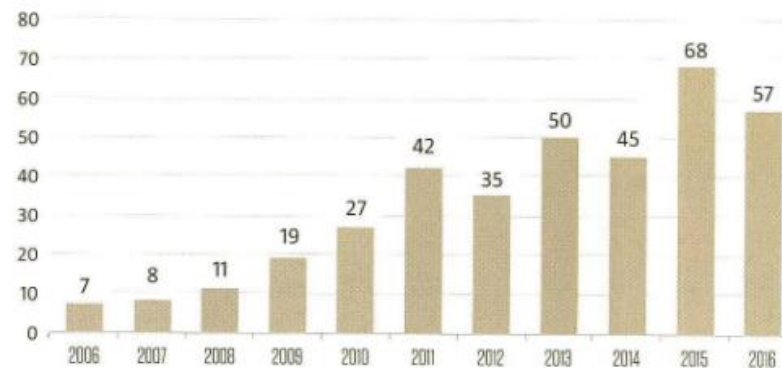
“La principal motivación de las empresas para hacer reportes de sostenibilidad es fortalecer la transparencia con los grupos de interés y, en consecuencia, mejorar su reputación y valor a largo plazo”, dice Giuliana Guerrero, socia consultora de EY Perú.

“Si dices la verdad y te muestras tal como eres, eso por *default* brinda confian-

Labor informativa

Reportes de sostenibilidad de empresas peruanas subidos a la base de datos del GRI

Fuente: GRI



“Ya existen mercados como el de la Unión Europea o Estados Unidos que obligan a contar con certificaciones ambientales y laborales a empresas que exportan sus productos. También es de interés para las empresas que buscan cotizar en otras bolsas de valores como Dow Jones”, dice Ricardo Cuba, de RS+.

del Ranking de las 500 Mayores Empresas del Perú, elaborado por AMÉRICA ECONOMÍA), 32 de estas cuentan con un reporte de sostenibilidad.

Asimismo, el Perú es el quinto país con más reportes GRI en Sudamérica, y el sexto en América Latina. A la fecha, en la base de datos del GRI existen 119 organizaciones peruanas que han hecho reportes 400 con esta metodología.

lo tanto, un primer reto es que todos los participantes conozcan y entiendan la metodología, así como su importancia para la organización”, dice Zelma Acosta Rubio, gerente legal y de asuntos corporativos de Interbank.

Para Ricardo Cuba, director fundador del laboratorio de innovación social RS+, un buen reporte es el resultado final de una buena gestión en sostenibilidad. “El reporte tiene la ventaja de responder a las expectativas de los grupos de interés. Esto quiere decir la manera en que la empresa atiende las demandas de los diferentes actores involucrados en el negocio”, dice.

A pesar de que las empresas no están obligadas a realizar reportes, existe una resolución de la Superintendencia del

la empresa cumple sus requisitos y que alguien controla ese cumplimiento”, dice Rosario Calderón, de KPMG. “Para que una empresa sea socialmente responsable ya no basta solo con mostrarlo y difundirlo en los medios o en su zona de influencia. Ahora es necesario contar con un tercero que ayude a cuantificar sus resultados, normativice y estandarice procesos de la responsabilidad social”.

Para Daniel Javier, director de Calidad y RSE de WorldCob (World Confederation of Business, organización que otorga la certificación del mismo nombre), otro punto a favor de la certificación es que aborda la RSE en una forma holística y no por acciones aisladas de la empresa que parecerían más vinculadas al marketing. “La RSE tiene que estar integrada al sistema de gestión”, dice.

Muchas certificaciones son fundamentales para la sostenibilidad del *core business* de las empresas. “Ya existen mercados como el de la Unión Europea o Estados Unidos que obligan a contar con certificaciones ambientales y laborales a empresas que exportan sus productos. También es

Mercado de Valores (SMV) que obliga a las empresas que están bajo su supervisión a remitir el *Reporte de sostenibilidad corporativa*, como anexo en su *Memoria anual* a partir del ejercicio 2016.

El efecto de esta norma ha sido positivo. “Esto ha puesto el tema de la sostenibilidad en el contexto financiero. Otro impacto positivo ha sido el poner una fecha límite para publicar esta información. Hoy en día la información financiera y no financiera de una empresa supervisada por la SMV se publica el mismo día”, dice Ricardo Cuba, de RS+.

Según Rosario Calderón, socia de Advisory de KPMG en el Perú, de 66 empresas encuestadas por KPMG durante 2017 (tomadas con la base de las 100 primeras

“Según la Confiep, que es el representante en el Perú de Pacto Mundial, a la fecha hay más de 120 organizaciones peruanas suscritas y 118 que están activas o vigentes, es decir, que han presentado sus reportes y avances dentro en los periodos estipulados”, dice Kety Jáuregui, coordinadora académica de los Programas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social de ESAN.

Tarea certificada

Las certificaciones de RSE también aportan confianza en las empresas, ya que un tercero (generalmente una firma auditora) acredita que una empresa realmente hace lo que dice.

“El objetivo de una certificación es asegurar a los grupos de interés que hay un estándar internacional disponible, que

MUNDO CERTIFICABLE

Principales certificaciones de RSE

Sobre el modelo de gestión

SGE21: certifica la gestión de una empresa basándose en indicadores para cada grupo de interés identificado como relevante.

Norma ISO 26000 de responsabilidad social: esta ISO no es certificable pero sí aplicable y auditable. Se audita con la finalidad de conocer el grado de adecuación a sus directrices de responsabilidad social.

Sobre aspectos de atención:

Emitidas por casas auditoras

- Calidad: ISO9001
- Medio ambiente: ISO14001
- Seguridad y salud en el trabajo: OHSAS 18001
- Huella de carbono
- Trabajo: SA8000, SMETA

Emitidos por privados

- GPTW
- Premio ABE
- Distintivo ESR

Emitidos por el Estado

- Sello empresa segura contra violencia de género (MIMP)
- Concurso de buenas prácticas laborales (Mintra)
- Empresas SOS (Mintra)
- Premio Aliados por la Educación (Minedu)
- Premio Nacional Ambiental (Minam)

Fuente: RSE+

de interés para las empresas que buscan cotizar en otras bolsas de valores como Dow Jones”, dice Ricardo Cuba.

El universo de las certificaciones de RSE es amplio (ver recuadro) y su espectro de acreditación, diverso: el mismo reporte de sostenibilidad, el modelo de gestión, aspectos de atención que pueden ser emitidos por entes públicos o privados. Entre las principales se encuentran la norma ISO 2600 –que a pesar de no ser certificable sí es aplicable y auditable–, SA 8000 (Social Accountability), AA1000 (Accountability), Norma SGE 21 y WorldCob-CSR.

Por ejemplo, según explica Daniel Javier, de WorldCob, para obtener esta certificación la empresa debe cumplir los requisitos establecidos en la norma WorldCob-CSR:2011.3. “Se inspira en los

10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas y se estructura en cuatro grandes temas: documentación, contexto interno (relaciones laborales), contexto externo (grupos de interés fuera de la empresa) y ambiente”, dice.

No obstante, más allá del esfuerzo por certificarse o reportar, el gran reto para las empresas es convertir esto en una práctica habitual. “Si bien hay ya un interés en el tema, aún no es un aspecto que caracterice a la mayoría de las empresas del medio. Tenemos empresas que se certifican o se reportan, pero no los hacen de una práctica continua. De hecho, muchas de ellas solo se han certificado una vez, esto asociado a exigencia de clientes externos, y no han renovado estas certificaciones. Lo mismo con los reportes de RSE que se presentan

una vez y no más”, dice Kety Jáuregui.

Hacerlo permanentemente es clave en un entorno en que todas las empresas están bajo el escrutinio público de parte de una generación más empoderada e informada. “Las redes sociales se han convertido en uno de los canales más utilizados para comentar positiva o negativamente acerca de ciertos hechos específicos que afectan la reputación de las empresas. Es facultad de cada empresa decidir qué reportar o publicar; sin embargo, cada vez más personas, sobre todo de las generaciones más jóvenes, están más interesadas en la gestión de los factores ASG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo) de las empresas, por lo que depende de ellas definir cómo responder a esta demanda de los clientes y consumidores”, dice Giuliana Guerrero, de EY Perú. 