

Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa
Herramienta de Valoración de la Información sobre Responsabilidad Social
Corporativa

Farid Buenaventura Gómez

Jeysson Daniel Moreno Buitrago

Trabajo de Grado para optar por el título de Magister en Administración

Directora del Trabajo de Grado:

Stella Maldonado García

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Cali, noviembre de 2018

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. La Responsabilidad Social Corporativa.....	12
2.2. Transparencia informativa.....	14
2.3. Información social.....	15
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
4. REFERENCIACIÓN CON LAS INICIATIVAS INTERNACIONALES DE MEDICIÓN.....	19
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y DEFINICIONES PARA LA HERRAMIENTA DE VALORACIÓN.....	22
5.1. Aspectos metodológicos para la elaboración de la herramienta.....	22
5.1.1. Unidad de medición.....	22
5.1.2. Documento fuente.....	23
5.1.3. Análisis de contenido.....	24
5.1.4. Sistema de medición.....	26
5.2. Principales elementos de la herramienta.....	26
5.2.1. Contenidos a evaluar.....	26

5.2.2.	Presentación de resultados de la valoración.....	27
5.2.3.	Homologación de contenidos.....	28
5.2.4.	Sistema de calificación.....	28
6.	VALORACIÓN DE CONFIABILIDAD DE LA HERRAMIENTA.....	30
6.1.	Determinación de las categorías.....	30
6.2.	Prueba de fiabilidad.....	31
7.	DESAFÍOS.....	34
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	36
9.	ANEXOS.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Criterios en la definición de las categorías.....	25
Tabla 2.	Modelo general del esquema de clasificación de la información sobre RSC.....	31
Tabla 3.	Grados de fiabilidad de Krippendorff.....	33

RESUMEN.

Tradicionalmente la divulgación de información empresarial se enmarcó exclusivamente en el ámbito económico, limitándose a la divulgación de informes financieros. Sin embargo, durante las dos últimas décadas ha cobrado especial relevancia el impacto que generan las organizaciones en su entorno social y ambiental, convirtiéndose en un elemento relevante de la competitividad empresarial y de la reputación de la marca. Frente a este nuevo escenario, la divulgación de información financiera y no financiera se ha convertido en un elemento esencial de la gestión empresarial, siendo considerada como un elemento generador de valor. No obstante, medir la calidad y volumen de información plantea un reto para los analistas e investigadores debido a las características propias de este tipo de información que por lo general es narrativa y de tipo cualitativo. El trabajo que se presenta, denominado Barómetro de divulgación sobre información de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), busca responder a este reto presentando una propuesta de medición del volumen y la calidad de la información, construida a partir de una revisión de la literatura previa y del análisis de diferentes propuestas internacionales sobre indicadores de RSC. Por las características propias de la información divulgada por las empresas y con el fin de garantizar la consistencia, reproductibilidad y fiabilidad de los datos, se ha realizado una prueba que busca disminuir los sesgos y la subjetividad de quienes codifican la información y así garantizar la estabilidad de los datos.

Palabras claves en español: responsabilidad social empresarial, transparencia informativa, información social, barómetro de divulgación de información de RSC.

ABSTRACT.

Traditionally, the disclosure of business information was framed exclusively in the economic field, limited to the presentation of financial reports. However, during the last two decades, the impact generated by organizations in their social and environmental aspects has become particularly relevant, becoming a key element of business competitiveness, including the reputation of the brand. In this new scenario, the disclosure of financial and non-financial information has become an essential element of business management, being considered as one that generates value. However, measuring the quality and volume of information has become a challenge for analysts and researchers, because of the characteristics of this type of information, which is usually narrative and of a qualitative nature. This work, called Corporate Social Responsibility information disclosure barometer, facilitates this measurement with a mechanism built from a review of the previous literature and the analysis of different international proposals on corporate social responsibility indicators. Due to the characteristics of the information disclosed by the companies and in order to guarantee the consistency, reproducibility and reliability of the data, a test has been carried out that seeks to reduce the biases and subjectivity of those who code the information and thus guarantee stability of the data.

Keywords: corporate social responsibility, information transparency, social information, CSR information disclosure barometer.

1. INTRODUCCIÓN.

Tradicionalmente el concepto de sostenibilidad se enmarcó exclusivamente en el ámbito económico, pero en las dos últimas décadas ha cobrado especial relevancia el impacto que generan las organizaciones en su entorno social y ambiental, convirtiéndose en un elemento relevante de la competitividad empresarial, incluso en la reputación de la marca. Esta condición se ha acentuado con los grandes avances en desarrollos industriales y tecnológicos, sumado a fenómenos como la globalización, las privatizaciones y el afincamiento de la financiarización de la economía que ha transformado las dinámicas de mercado y las relaciones sociales. La responsabilidad de las organizaciones frente a estos impactos, tanto en el sentido preventivo como correctivo, es lo que de manera general enmarca las diversas definiciones de RSC y Sostenibilidad.

La respuesta de las organizaciones frente a estos impactos surgió a partir de las manifestaciones sociales y gubernamentales, más que como una iniciativa propia y genuina de las empresas. Porter y Kramer hacen referencia a esto cuando afirman que la mayor atención corporativa a la RSC no ha sido totalmente voluntaria. Muchas empresas se dieron por enteradas sólo después de su sorpresa ante la respuesta pública por asuntos que anteriormente no habían considerado como parte de sus responsabilidades empresariales (Porter & Kramer, 2006). Sin embargo, en las últimas dos décadas se generó una mayor sensibilización sobre el tema y actualmente se encuentra altamente desarrollado el concepto de RSC considerando tres dimensiones, económica, social y ambiental, ampliando así el ámbito de actuación de la empresa.

De acuerdo a los autores, son cuatro los elementos que movilizan el tema de la RSC en las empresas: la obligación moral (lo que se debe hacer porque es lo correcto), la sostenibilidad (uso responsable y cuidado de los recursos actuales para las generaciones futuras), la licencia para operar (denominada por algunos autores como el contrato social implícito) y la regulación (Porter & Kramer, 2006).

Lo anterior ha generado que organismos multilaterales hayan promovido el desarrollo de normas y estándares sobre RSC y sostenibilidad., abarcando desde temas específicos hasta visiones amplias y ambiciosas, dando respuesta a las motivaciones de los diversos grupos de interés que demandan una mayor acción de la empresa frente a los impactos de sus actividades. En la literatura, los grupos de interés están conformados por colectivos sociales o individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto por su desempeño, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos empresariales y su supervivencia (Accinelli & De La Fuente, 2013). Así, los grupos de interés se convierten en un actor importante en el desarrollo de la actividad empresarial.

Existe variedad de iniciativas dirigidas a ayudar a las empresas a gestionar las actividades que pueden realizar para lograr un equilibrio entre lo social y lo medioambiental, sin embargo, se destacan algunas como:

- Global Reporting Initiative (GRI). Establece su aporte para comprender y comunicar el impacto de las organizaciones en cuestiones críticas de sostenibilidad, como el cambio

climático, los derechos humanos, la gobernanza y el bienestar social (Global Reporting Initiative, 1997),

- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad (United Nations Development Programme, 2015).
- ISO 26000. La Organización Internacional de Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), elaboró esta norma para el año 2009, la cual proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en las estrategias, sistemas, prácticas y procesos organizacionales existentes. Esta norma internacional enfatiza la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social (ISO Organización Internacional de Normalización, ISO 26000 Guía sobre Responsabilidad Social, 2009).
- ISO 14000. Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización desarrollar e implementar una política y unos objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y la información sobre los aspectos

ambientales significativos (ISO Organización Internacional de Normalización, ISO 14000 Sistema de Gestión Ambiental, 2015).

- GTC180. El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, elaboró esta guía para el año 2008, con el propósito de establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión, involucrar a las partes interesadas en una gestión socialmente responsable y comunicar y evidenciar este enfoque ante las partes interesadas (ICONTEC, 2008).

Así mismo, existen algunas normas legales en diferentes países que han adoptado prácticas en materia de RSC y Sostenibilidad, de cara a regular el actuar de las organizaciones, principalmente en materia de divulgación de información, debido a la necesidad de mantener informados a los grupos de interés sobre las acciones que las empresas realizan para mitigar los impactos negativos y comunicar las actividades que se desarrollan frente a los diferentes riesgos que su actividad genera en la sociedad y el medio ambiente.

Adicionalmente, considerando que las acciones de RSC son voluntarias, la transparencia informativa se convierte en factor esencial para el mercado y la sociedad y funge como un mecanismo reputacional, ofreciendo información a los grupos de interés que pueden medir el riesgo y conocer sobre las actividades que las empresas realizan en pro de mantener un equilibrio entre lo social, ambiental y financiero. Lo anterior, adicionalmente, permite medir y comparar los riesgos y acciones en diferentes sectores de actividad y zonas geográficas,

insumo necesario para la definición de políticas públicas y la estructuración de estándares que ayuden a normalizar el tema en el ámbito empresarial

Considerando lo expuesto, han surgido diferentes iniciativas de medición y observación, que buscan entender la dinámica de divulgación de las empresas y evaluar su comportamiento en materia de RSC. Éste es el objeto de Observatorio KAIRÓS, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad ICESI (Cali – Colombia), que desde su fundación se ha propuesto ser un espacio de observación de las empresas en materia de sostenibilidad empresarial, para así contribuir a la generación de conocimiento en esta materia, a través del análisis de las prácticas y estrategias desarrolladas por las empresas, bajo un enfoque multidisciplinario.

Para dar forma a este propósito, y continuando con el trabajo iniciado en el tema de la medición de información sobre RSC divulgada por las empresas, se ha planteado la necesidad de contar con un instrumento de recolección y medición de datos que coadyuve a la evaluación de la información divulgada por las empresas. Es así como, a partir el trabajo de grado que se presenta, se desarrolla el denominado Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa, como un mecanismo que permite observar y medir las prácticas que desarrollan las empresas en materia de sostenibilidad.

El concepto de barómetro se utiliza como símil de un instrumento que permite medir la presión atmosférica del aire, pero para este tema se visualiza como un indicador que ayuda a determinar el estado de la divulgación de RSC. Su construcción exige hacer un

referenciación con otras iniciativas similares para identificar las mejores y más adecuadas prácticas, de tal manera que se establezca su estructura y orientación de contenidos.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se ha realizado una revisión de diferentes iniciativas internacionales sobre mecanismos de medición de la información social divulgada por las empresas, estándares sobre prácticas en materia de RSC y trabajos académicos que han abordado el tema. Posteriormente se ha desarrollado una propuesta de temas y subtemas que resumen los asuntos y prácticas de RSC que deben ser tenidos en cuenta por las empresas. Con esta información se ha propuesto una taxonomía, basada en Aranguren (Aranguren, 2008) y Maldonado (Maldonado, 2016) que recoge asuntos relevantes sobre que el tema y que se considera las empresas deberían divulgar.

Posteriormente se inicia la construcción del Barómetro, bajo una propuesta de medición que recoge calidad y volumen de información divulgada en los informes corporativos de las empresas, con el fin de proponer un índice de medición que ayude a realizar comparaciones entre empresas, regiones y sectores, teniendo en cuenta las diferentes dimensiones de la RSC, social, ambiental y económica. Para dar validez a la información recogida, se preparó y aplicó una prueba de fiabilidad de datos que garantice la estabilidad, reproductibilidad y fiabilidad de la información recogida. En este caso se utilizó el Alfa de Krippendorff (Krippendorff, 1980) que permite la participación de varios codificadores. Esta prueba se realizó con la participación de tres. La metodología de recolección de datos fue el análisis de contenido simple bajo la observación del informe corporativo de una empresa que fue utilizada como ejemplo, observando la existencia o no de la información sobre la RSC.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. La Responsabilidad Social Corporativa.

La primera definición de Responsabilidad Social Corporativa data del año 1953 y fue propuesta por Howard Bowen, en su libro *The Social Responsibilities of the Businessman*. El autor manifiesta que la RSC expresa una moral fundamental en la forma en que una empresa se comporta con la sociedad, sigue el comportamiento ético hacia las partes interesadas y reconoce el espíritu del entorno legal y normativo (Bowen, 1953).

La responsabilidad social corporativa o también llamada responsabilidad social de la empresa (RSE) ha venido evolucionando, y se pueden distinguir cuatro etapas principales (De la Cuesta González, 2005). La primera etapa, denominada Filosófica, se da para los años 1960, donde se esboza una definición de la RSC y se dan los primeros debates sobre los fines de las empresas. La segunda etapa, denominada Empírica, se desarrolla en los años de 1970, donde se planteó la definición de los modelos de *stakeholders* (hace referencia a los terceros interesados en la actividad de la empresa), se desarrollaron los códigos éticos y se propuso uno de los más importantes aportes a la transparencia informativa, la generación del balance social como medio para comunicar e interiorizar la RSE. La tercera etapa, denominada estratégica, se sitúa en años de 1980, donde se dio un peso mayor a la responsabilidad social de la empresa y se propuso el vínculo entre la responsabilidad social y las finanzas de la empresa, lo que llamo la atención de las compañías, que veían a la RSC con desconfianza en la medida en que no ligaban su desarrollo con los resultados financieros. Es importante

también reconocer que para este periodo se iniciaron los estudios empíricos sobre la filantropía empresarial, que más adelante sería de gran importancia en la definición del concepto de la RCC. Finalmente, 1990 se define como la etapa (cuarta) del Desarrollo Sectorial y se acuña la definición de Empresa Ciudadana, en donde se enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y la comunidad. Se analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos como códigos éticos, inversiones responsables, toma de decisiones y estándares (De la Cuesta González, 2005).

Es importante aclarar que el contenido de la información sobre RSC ha variado con el tiempo, motivado básicamente por las urgencias que se generan a partir de los cambios económicos, sociales, políticos y ambientales (Maldonado, 2015). En este mismo sentido se ha perfilado el concepto, tratando de acercarlo a la realidad empresarial con el fin de lograr su aceptación y aplicación. Así, en un sentido práctico se puede decir que la RSC es la consecuencia directa de la relación empresa-sociedad y, más específicamente, de la forma como la empresa asume el impacto que su actividad causa en el entorno (Maldonado, 2015).

2.2. Transparencia informativa.

Bajo el nuevo paradigma de la RSC se les exige a las empresas una mejor gestión de sus operaciones económicas, sociales y ambientales desde una perspectiva sostenible; también se espera de ellas una mayor transparencia informativa que responda a las nuevas expectativas sociales (Maldonado, 2016).

Como consecuencia de lo anterior, el tema de la transparencia de información se configura como un eje transversal a la gestión de la RSC, ya que la preocupación por los temas de índole social y ambiental ha coadyuvado a la aparición de una masa crítica demandante de información. Esta dinámica informativa se encuentra en plena evolución en los países desarrollados (KPMG, 2011), pero su práctica no ha estado a la orden del día en América Latina.

El escaso desarrollo de la divulgación de información de RSC en los países de América Latina se atribuye a factores como la escasa legislación, el limitado poder de los medios frente a las grandes empresas, el coste asociado al tema de la elaboración del reporte, la cultura de la confidencialidad de la información y la trivialidad de los grupos de presión (Ayala, 2007). Sin embargo, algunas empresas ya han iniciado un tímido tránsito hacia la elaboración de informes sociales (Miazzo, Bilbao, & Bernardi, 2008) que se ha acentuado durante los últimos años gracias a los esfuerzos realizados por los organismos internacionales como el *Global Reporting Initiative* (GRI por sus siglas en inglés), que ha logrado gran aceptación como una guía para emitir informes sociales.

Esta situación se evidencia en estudios realizados por KPMG (KPMG, 2011) en los que se demuestra el aumento de empresas de los países emergentes que divulgan información sobre RSC. No obstante, lo anterior, hay poco desarrollo de la actividad de reporte y las empresas que lo desarrollan, en su mayoría, lo hacen siguiendo el comportamiento de las compañías multinacionales con las que tienen relación comercial (Ayala, 2007)

2.3. Información social.

A la par del concepto de RSC, surge la definición de la información social. Así, ésta se constituye como aquella información empresarial que da cuenta de las actividades de tipo social y medio ambiental que desarrollan las empresas en pro de conseguir un equilibrio entre estos aspectos y la cuestión financiera. Como consecuencia de lo anterior, parte la necesidad de realizar una medición de impactos y la implementación de este concepto en las compañías, que les permita sobresalir sobre su competencia, buscando el equilibrio de la responsabilidad social corporativa y los ámbitos comercial y financiero. Tanto para empresas grandes y pequeñas como públicas y privadas, la RSC se ha convertido en la norma.

La pequeña fracción de firmas que fracasan en comprenderlo se encuentran crecientemente en desventaja competitiva (White Fade, 2005). La RSC debe considerarse de manera transversal en las organizaciones, atravesando principalmente los procesos de negocio. Así, la RSC se presenta como un modelo emergente y alternativo de gestión que reconoce a la empresa como un entramado de relaciones, no sólo de propietarios y agentes-

directivos, sino de todas aquellas partes o grupos interesados por la existencia y marcha de la empresa: empleados, clientes, proveedores, competidores, comunidad local, medio ambiente, y sociedad en general (Lizcano, 2004).

Con la ayuda de los reportes financieros, la gestión de RSC de las compañías se expone a sus grupos de interés, los cuales se hacen cada vez más sensibles a la disponibilidad, calidad y cantidad de información pública relacionada con la materia. Se demanda de las empresas una mejor gestión de sus operaciones económicas, sociales y ambientales desde una perspectiva sostenible; también se espera de ellas una mayor transparencia informativa que responda a las nuevas expectativas sociales (Maldonado, 2015).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El Observatorio KAIRÓS, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad ICESI (Cali – Colombia) busca ampliar el entendimiento de la dinámica divulgativa de las empresas, a partir de la observación y medición de las prácticas que éstas desarrollan en materia de RSC. Para esto se requiere desarrollar una metodología que parta de la revisión de propuestas que existen sobre iniciativas internacionales similares y defina las características más ajustadas a los objetivos y marco del trabajo del observatorio. La medición de transparencia de la información es un requerimiento primordial, pues ésta se considera como un imperativo ético en la gestión de las organizaciones (Maldonado & Acosta, 2018).

El campo de aplicación para esta herramienta de medición, será principalmente las empresas de Latinoamérica que figuran en el ranking de MERCO, Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, que es ya uno de los monitores de referencia en el mundo. En tal sentido, la herramienta de medición a desarrollar requiere consolidar los resultados de las valoraciones de los informes anuales y reportes de RSC y sostenibilidad, agrupándolos por sector y región.

Considerando que Global Reporting Initiative es el principal referente para informes de sostenibilidad, se requiere acoger conceptos y principios para introducirlos en el esquema de evaluación de los contenidos. Para esto será necesaria la homologación de estos con los que se definan para la herramienta a desarrollar.

El principal entregable debe ser entonces, la Herramienta de Valoración de la Información sobre Responsabilidad Social Corporativa, lista para la implementación de las mediciones. Es necesario entonces asegurar un test de consistencia, reproductibilidad y fiabilidad de los datos, con el fin de garantizar que a la hora de analizar un grupo de empresas se disminuyan de manera importante los sesgos y la subjetividad de quien califica.

4. REFERENCIACIÓN CON LAS INICIATIVAS INTERNACIONALES DE MEDICIÓN.

Partiendo de la propuesta de KAIRÓS que fue construida con base en Aranguren y Maldonado (Aranguren, 2008) (Maldonado, 2015), se hizo una revisión de iniciativas internacionales y de estándares internacionales sobre prácticas de RSC y divulgación de información sobre RSC con el fin de validar la información contenida en esta propuesta. Para cada iniciativa se evaluaron elementos relacionados con los aspectos y prácticas abordados en la iniciativa, las fuentes de información, las metodologías de medición y las escalas de valoración (ver anexo A). Se han observado 7 iniciativas que, por su divulgación, carácter internacional e impacto, se consideran de relevancia:

- Corporate Sustainability in International Comparison (Center for Sustainability Management, 2012).
- PWC Corporate Responsibility Barometer 2016 (PricewaterhouseCoopers, 2016).
- La responsabilidad social corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX35 (Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35, 2012).
- The Africa Sustainability Barometer (This is Africa - Financial Times, 2013).
- The African Investing for Impact - Barometer 2016 (Bertha Centre UCT Graduate School of Business, 2016).
- 2016 CR Index Insights Report (Business in the community, 2016).
- The Global 100 most sustainable corporations in the world (Corporate Knights, 2018).

En resumen, cada una de ellas propone una serie de temas relativos a la RSC, establecen las prácticas que miden y el sistema de medición, así como el tipo de información que analizan (primaria o secundaria) y la unidad y escala de medida utilizada para su evaluación.

Sobre las prácticas o variables que miden, en su mayoría las iniciativas revisadas tienen un enfoque similar de los contenidos evaluados. Los temas tratados se agrupan principalmente en Medio ambiente, Derechos Humanos, Derechos laborales, Comunidad, Corrupción, Derechos de los consumidores y Gobierno Corporativo. Hay tanto de naturaleza cualitativa como cuantitativa. Se hace referencia a estándares internacionales, donde el más protagónico es la Global Reporting Initiative.

Existen iniciativas que manejan exclusivamente indicadores cuantitativos, lo cual resulta muy práctico para la evaluación, pues se enfoca exclusivamente en el resultado, el impacto en los grupos de interés. No obstante, dejan de lado valorar temas como políticas, objetivos, procesos y programas, que son el soporte para el mantenimiento de los logros en materia de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad.

La unidad de medición más recurrente en todas las iniciativas revisadas es la asignación de un puntaje acorde a una escala definida, de tal manera que se unifica la valoración de todos los contenidos. Se destaca la del Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35 (índice bursátil de referencia de la bolsa española), pues se presenta por separado la valoración de los contenidos y de la calidad de su información, utilizando escalas simples y bien estructuradas, con lo que se facilita la comparación entre empresas y la generación de

rankings. Esto está muy alineado con los Principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe de GRI101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016).

Algunas de las iniciativas cuentan con sus contenidos evaluados como preguntas de tipo abierto, que proceden de una metodología de recolección de información basado en encuestas. Otros refieren los asuntos que la organización presenta en sus informes públicos, principalmente los relacionados con responsabilidad social corporativa y sostenibilidad.

Las encuestas permiten definir la estructura de los contenidos a evaluar, sin embargo, se requiere un esfuerzo significativo de las entidades observadoras (ejemplo Observatorio KAIRÓS) para la elaboración de las encuestas y esto complejiza el acceso a la información. Así, los informes públicos permiten un mayor rango de contenidos de uso común, aspecto donde toma mucha relevancia el acogimiento de estándares internacionales, donde la Global Reporting Initiative vuelve a ser el principal referente.

Los informes suelen presentar comparativos entre empresas a través de rankings, con agrupaciones por región y sector. Suelen ir acompañados de análisis, realizados por la organización que lidera la iniciativa de medición. Generalmente se manejan por períodos anuales. Esto implica que se cuenta con herramientas para valoración individual de una organización y otras para consolidar los resultados.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y DEFINICIONES PARA LA HERRAMIENTA DE VALORACIÓN.

5.1. Aspectos metodológicos para la elaboración de la herramienta.

5.1.1. Unidad de medición.

La unidad de medición es un aspecto muy importante a la hora de medir el volumen de información revelada por las empresas. Considerando que uno de los objetivos del presente trabajo es conocer la amplitud de información revelada por las empresas, la construcción de un índice de medición no ponderado parece ser la técnica que mejor responde a este objetivo. A partir del esquema de clasificación propuesto se construyeron cinco índices, uno por cada categoría de RSC divulgada por las empresas de acuerdo a la taxonomía de Maldonado (Maldonado, 2015).

El criterio de calificación o codificación se basó en la ausencia o presencia de cada uno de los indicadores escogidos como lo hicieron varios autores (Gallego Álvarez, 2008) (Prado Lorenzo, García Sánchez, & Gallego Álvarez, 2012). De acuerdo con este criterio se sugirió una medición de amplitud de la información que permite evaluar la cantidad de indicadores encontrados frente al total propuesto. Además, al considerar información cuantitativa y cualitativa se garantiza el reconocimiento de un mayor volumen de la información divulgada. Esta medida de amplitud ya ha sido utilizada en otros estudios (Pérez C. , 2006) (Aranguren, 2008).

Por otro lado, y con el fin de analizar la calidad de la información, este esquema de calificación (codificación) se complementó con la propuesta de valoración realizada por el Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35, que presenta por separado la valoración de los contenidos y de la calidad de su información (Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35, 2012). Entendiendo la necesidad de valorar la transparencia de la información, se decide adoptar como base este esquema.

La unidad de medición de la valoración de los contenidos se toma parcialmente, dejando una de las calificaciones por separado en la herramienta. En el anexo E se presentan con detalle los parámetros establecidos.

Para la valoración de la calidad de la información, se tomaron como base los Principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe, del estándar GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016). En el punto Estructura de la Herramienta se presenta con detalle los parámetros establecidos.

5.1.2. Documento fuente.

La recolección de la información se realizó a partir de los reportes de RSC y sostenibilidad de las organizaciones a evaluar. Este criterio responde a dos razones fundamentales:

- Es la forma más práctica y genuina de obtener la información. Otro tipo de mecanismos, como información primaria por encuestas u otros modelos de recolección no están al alcance del Observatorio KAIRÓS.
- El propósito de la herramienta es, precisamente, valorar los informes de sostenibilidad. Esto entonces, por obviedad, implica usar esta información secundaria.

5.1.3. Análisis de contenido.

Análisis de contenido es la técnica que por excelencia ha sido empleada para el análisis de la información divulgada por las empresas (Ernst, 1978) (Guthrie & Mathews, 1985) (Hackston & Milne, 1996) (Castelo & Lima, 2006) (Gómez, 2006) (Aranguren, 2008) (Saleh, 2009), puesto que permite obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, facilitando la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de la información analizada (Bardin, 1996).

En el estudio que se expone se ha utilizado el análisis de contenido temático, considerando el texto a partir de la definición de categorías. Estas categorías permiten estructurar la información objeto de análisis en temas, con lo cual se facilita su análisis. Con el fin de estructurar las categorías de análisis, se deben tener en cuenta una serie de

características que permitan manejar la información de forma homogénea y fiable (ver tabla 1).

Tabla 1. Criterios en la definición de las categorías.

Característica	Descripción
Homogeneidad	Se deben agrupar criterios similares en cada categoría
Exhaustividad	Se debe agotar la totalidad del texto
Exclusividad	Un mismo elemento de contenido no puede ser clasificado de manera aleatoria en dos categorías diferentes
Objetividad	Dos codificadores diferentes deben llegar a los mismos resultados
Pertinencia	Los criterios deben estar adaptados al contenido y al objetivo

Nota. Fuente: elaboración propia basada en Bardin (Bardin, 1996).

Esta técnica requiere de un proceso sistemático y ordenado para la recolección exhaustiva y confiable de la información (Maldonado, 2015): selección de las fuentes documentales, definición de categorías / unidad de análisis, cuantificación y construcción del índice y aplicación de la prueba de fiabilidad de datos.

Para el trabajo que se presenta, se utilizó el análisis de contenido y se complementó con un análisis de la calidad de la información divulgada, aspectos metodológicos que se describen a continuación.

5.1.4. Sistema de medición.

Un paso inicial es recoger la información, la cual se procesa a partir del análisis de contenido haciendo lectura de cada uno de los informes a evaluar. A partir de la unidad de medición definida, se genera una calificación final entre 0 y 4 para la valoración de los contenidos, presentándola gráficamente en barómetros y utilizando colorimetría para indicar la evaluación del resultado. Para la calidad de la información, se manejó un esquema porcentual, que se presenta de manera gráfica en velocímetros, que también utilizan colores para representar la apreciación del valor resultante (ver anexo E).

5.2. Principales elementos de la herramienta.

5.2.1. Contenidos a evaluar.

El Observatorio KAIRÓS cuenta con un instrumento de recolección de información divulgada por las empresas, con 286 contenidos agrupados en 5 categorías: empleados, medio ambiente, comunidad, consumidores y productos y derechos humanos y ética. Esta estructura ha sido utilizada por el observatorio para realizar estudios cuantitativos de los datos y responder preguntas sobre las prácticas en materia de divulgación de información y la tendencia por sectores en el tema de los reportes de sostenibilidad (Maldonado & Acosta, 2018). Se planteó una propuesta inicial de contenidos a evaluar, resultado de la homologación del instrumento del Observatorio KAIRÓS, con la estructura de la Global

Reporting Initiative y los de la norma ISO 26000. Después de haber realizado una prueba piloto inicial, se concluyó que la información, la estructura y el contenido del instrumento propuesto por el Observatorio contiene la información necesaria y relevante para el análisis de la transparencia y el levantamiento de las prácticas de las empresas. Por lo tanto, se consideró dar continuidad a su propuesta de contenido, debiendo realizar una depuración debido a que la herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa realiza en un mismo registro la evaluación de la calidad de la información y la valoración de los contenidos. Ver contenidos en anexo B. Adicionalmente se utilizó la homologación mencionada con la estructura de Global Reporting Initiative para definir atributos que se utilizarán en la herramienta de valoración (ver anexo E).

5.2.2. Presentación de resultados de la valoración.

Para el resultado de una organización, se definió presentar un tablero con información gráfica consolidada sobre la valoración, de tal manera que el usuario final pueda realizar análisis y generar conclusiones los resultados. Se distribuye en 4 grupos:

- Valoración global de sostenibilidad
- Calidad de la información
- Contenidos valorados
- Omisiones inadecuadas.

5.2.3. Homologación de contenidos.

La homologación de contenidos se realizó mediante la comparación de las estructuras de contenidos, es decir, primero se alinearon las agrupaciones y posteriormente cada uno de los puntos a evaluar. Considerando la decisión de mantener la propuesta de contenidos de KAIRÓS, ésta se tomó como base y se adicionaron contenidos de GRI para complementar la herramienta de valoración. Utilizando la Tabla 1. Criterios para declarar que un informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI, del estándar GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016), se llegó a la definición para cada contenido, si es omisible y si aplica para los informes que se acogen a la opción Esencial (ver anexo E).

5.2.4. Sistema de calificación.

La herramienta de medición se compone de:

- Archivo de Excel para la medición por cada una de las empresas a evaluar. Ver anexo B. Contiene la información demográfica de la organización, la hoja de evaluación de los contenidos, la presentación gráfica y numérica de los resultados y el registro para transcribir al archivo de resultados consolidados (todas las empresas evaluadas).

- Archivo de control. Permite llevar la relación de las evaluaciones que se están desarrollando para un período. Ver anexo C.
- Resultados consolidados. Instrumento para consolidar la información de las evaluaciones de todas las empresas evaluadas, con el propósito de realizar análisis agregados. Ver anexo D. El resultado de una empresa corresponde a un registro que se genera desde la herramienta misma, tal como se explica en el anexo B.

En el anexo E se presenta información detallada sobre las características de la herramienta de medición, los criterios aplicados para la valoración, los mecanismos de calificación y la presentación y consolidación de los resultados.

Estos anexos componen en sí el entregable del proyecto de grado. Son la herramienta de medición que requiere el Observatorio KAIRÓS.

6. VALORACIÓN DE CONFIABILIDAD DE LA HERRAMIENTA.

6.1. Determinación de las categorías.

Agrupar la información por categorías es una condición imperativa del análisis de contenido temático. Esta división facilita la recolección y análisis de la información, así como el estudio de fiabilidad de los datos y la reproductibilidad del estudio (Bardin, 1996) (Krippendorff, 1980). Para analizar un fenómeno es condición necesaria que éste haya sido adecuadamente registrado, puesto que los mensajes no están estructurados en un lenguaje formal de datos que permita su tratamiento directo, sin antes haberse realizado algún tipo de reducción de los mismos (Krippendorff, 1980). Así pues, la clasificación de la información por categorías tiene como objetivo transformar los contenidos revelados en un lenguaje formal de datos que pueda ser codificado y medido.

Siguiendo estas consideraciones, para el estudio que se muestra aquí, se estructuraron las categorías de análisis a partir de la propuesta seguida por KAIRÓS que considera las iniciativas europeas, toda vez que ha sido un tema ampliamente estudiado en esta región, y los asuntos incluidos en las agendas de los organismos internacionales que trabajan sobre la RSC. El punto de partida para la elaboración del esquema de clasificación de esta propuesta fue el desarrollado por Aranguren y Maldonado (Aranguren, 2008) (Maldonado, 2015). Lo anterior permitió, desde una perspectiva global (por categorías) y particular (por contenidos), obtener información pertinente que posteriormente se pudiera comparar con los hallazgos realizados por otros autores. La clasificación de las categorías, elementos e indicadores

utilizados por Aranguren (Aranguren, 2008), se completó con las áreas temáticas de la RSC consideradas por los organismos más destacados que dinamizan este tema. El esquema de clasificación quedó condensando en la tabla 2.

Tabla 2. Modelo general del esquema de clasificación de la información sobre RSC

Categoría	Tema	Contenido		
		Cuantitativos	Cualitativos	Total
Comunidad	5	19	17	36
Consumidores y Productos	4	23	16	39
Derechos Humanos y Ética	7	28	26	54
Empleados	7	32	43	75
Medio Ambiente	7	23	28	51
Total	30	125	130	255

Nota. Consolidado de los temas y contenidos objeto de evaluación del anexo B.

6.2. Prueba de fiabilidad.

Recoger la información a partir del análisis de contenido presenta algunas limitaciones que generan problemas de fiabilidad de los datos, esto en virtud a que la categorización y posterior codificación dependen del codificador, con lo cual puede haber un sesgo importante en el momento de sistematizar los datos. Para minimizar el impacto que pueda tener la subjetividad en el tratamiento de estos, existen pruebas de fiabilidad que ayudan a blindar la información. Krippendorff, por ejemplo, sugiere la realización de pruebas que permitan dar una mayor confiabilidad a la información analizada (Krippendorff, 1980), para asegurar que los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los

mide (Kaplan & Goldsen, 1965). Así, para que los datos sean fiables es necesario que la observación permanezca constante en todas las variaciones del proceso de medición.

En la presente investigación se empleó la prueba del alfa de Krippendorff, ya que su aplicación se puede ejecutar sobre datos medidos en diferentes tipos de escalas (nominal, ordinal, de intervalo y de razón), teniendo en cuenta el efecto del azar, sin limitaciones en cuanto al número de codificadores y a diferencia de otras medidas, también en situaciones en las que hay valores perdidos (Hayes & Krippendorff, 2007). Además, esta medida ya ha sido utilizada en estudios previos que examinan la divulgación de información social (Hackston & Milne, 1996) (Husillos, 2007) (Stray, 2008). El α responde a la fórmula $\alpha = 1 - \frac{D_o}{D_e}$, en donde D_o corresponde los desacuerdos observados entre los valores asignados a las unidades de análisis y D_e es el desacuerdo que se espera cuando diferentes codificadores codifican la misma información cuando estas discrepancias son atribuibles al azar.

Se distinguen tres grados de fiabilidad (ver tabla 3): la estabilidad, la reproducibilidad y la exactitud (Krippendorff, 1980). La más firme y confiable es la prueba de reproducibilidad pues permite que varios codificadores, bajo unas reglas claras de codificación, realicen simultáneamente el análisis de la información y comprueben, bajo una unidad de medida específica previamente acordada, el nivel de coincidencia del proceso de codificación (Hayes & Krippendorff, 2007).

Tabla 3. Grados de fiabilidad de Krippendorff

Tipos de fiabilidad	Diseños para verificar la fiabilidad	Errores evaluados	Intensidades relativas
Estabilidad	Test-retest	Incongruencias del observador	Menos eficaz
Reproductibilidad	Test-test	Incongruencias del observador y desacuerdos entre los observadores	
Exactitud	Test-norma	Incongruencias del observador, desacuerdos entre los observadores y desviaciones sistemáticas respecto de una norma	Más eficaz

Fuente: (Krippendorff, 1980).

De acuerdo con las anteriores consideraciones, para la presente investigación se aplicó una prueba de fiabilidad en dos fases sobre una empresa, realizando la codificación por tres codificadores. En la primera fase la coincidencia no fue satisfactoria debido a que las temáticas analizadas habían quedado muy amplias y no era posible recoger la información de forma objetiva. En la segunda fase se ajustó el instrumento a la propuesta de KAIRÓS, cerrando los temas a indicadores más concretos y se procedió a recodificar para calcular el alfa de Krippendorff a partir de una matriz de Excel y el resultado fue un nivel de coincidencia del 70%.

Con el fin de ajustar el nivel de coincidencia, y para la utilización final del instrumento, se debe realizar otra ronda de calificación con los codificadores finales con el fin de mejorar el nivel de coincidencia y proceder a aplicar el instrumento a un número mayor de empresas.

7. DESAFÍOS.

Una vez finalizado este trabajo de grado, se logró asegurar que la herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa se encuentre en condiciones óptimas para su utilización, sin embargo, es necesario hacer uso de la misma a manera de práctica para generar el conocimiento relacionado con la evaluación de los reportes de RSC a través de este instrumento. De esta manera se logrará incrementar el nivel de coincidencia de las evaluaciones hasta un valor metodológicamente más aceptable. Esta actividad se desarrollará al interior del Observatorio KAIRÓS.

Una vez finalizada la etapa de afinamiento del uso de la herramienta y con la mira puesta en ser un espacio de observación y análisis de las prácticas empresariales en RSC, para generar información que potencie la investigación y el desarrollo de proyectos relacionados con esta materia, el Observatorio se ha propuesto aplicar el instrumento de evaluación de la RSC a las 100 empresas del ranking de Merco (monitor empresarial de reputación corporativa) para América Latina.

La utilización de la herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa en su plataforma actual (Microsoft Excel) implica unos riesgos en la administración y custodia de la información, para los cuales, se propuso un esquema de control de archivos. Sin embargo, por la necesidad de fortalecer la gestión del Observatorio KAIRÓS, surge la alternativa de construir un sistema de información en línea que:

- Facilite la administración de todo el proceso de evaluación, como visualización de los reportes de RSC de las empresas, asignación de evaluadores, avance de las evaluaciones, entre otros.
- Facilite la participación de los evaluadores, aprovechando los beneficios que da una plataforma web.
- Facilite la ejecución de la evaluación, pues se podrían utilizar herramientas gráficas y de apoyo que orienten al evaluador.
- Asegure el manejo seguro y transparente de las evaluaciones.
- Permita una consolidación segura de los resultados de las evaluaciones.
- Apoye el análisis de los resultados consolidados a través de herramientas gráficas.

Para esto se deberá realizar la gestión con una empresa o institución especializada en desarrollo de software y asegurar los recursos económicos para su financiamiento.

8. BIBLIOGRAFÍA.

- Accinelli, E., & De La Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable. *Contaduría y Administración*, 227-248.
- Aranguren, N. (2008). *Divulgación de información sobre responsabilidad social: un análisis corporativo entre empresas cotizadas de Alemania, España y Reino Unido*.
- Ayala, M. (2007). *Responsabilidad Social. Memorias de Sostenibilidad y Auditoria*.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de Contenido*.
- Bertha Centre UCT Graduate School of Business. (2016). The African Investing for Impact - Barometer 2016.
- Bowen, H. (1953). *The Social Responsibilities of the Businessman*.
- Business in the community. (2016). 2016 CR Index Insights Report.
- Castelo, M., & Lima, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*.
- Castilla, Á. d. (2005). *El Futuro de la RSC Reflejará la Salud de la Sociedad: Ponderando la Evolución de la RSC*.
- Center for Sustainability Management. (2012). Corporate Sustainability in International Comparison.
- Cooke, T. (1989). Disclosure In The Corporate Annual Reports Of Swedish Companies. *Accounting and Business Research*.
- Corporate Knights. (2018). The Global 100 most sustainable corporations in the world.
- De la Cuesta González, M. (2005). *La Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad de Social de la Empresa*.
- Ernst, E. &. (1978). *Social Responsibility Disclosure*. Cleveland OH.
- Fraile, I., & Fradejas, N. (2012). Gobierno corporativo y rendición de cuentas: ¿existe algún efecto sobre la performance empresarial?
- Gallego Álvarez, I. (2008). Analysis of social information as a measure of the ethical behavior of Spanish firms. *Management Decision*.
- Global Reporting Initiative. (1997). Obtenido de www.globalreporting.org
- Global Sustainability Standards Board. (2016). *GRI 101: FUNDAMENTOS*.
- Gómez, J. (2006). *Divulgación de información sobre intangibles en las empresas cotizadas españolas: factores determinantes e impacto en los mercados financieros y en la reputación corporativa*.
- Guthrie, J., & Mathews, M. (1985). *Corporate social accounting in Australasia*. In Preston, L.E. *Research in Corporate Social Performance and Policy*.
- Hackston, D., & Milne, M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Hayes, S., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*.

- Husillos, C. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*.
- ICONTEC. (2008). *GTC 180 Responsabilidad Social*.
- ISO Organización Internacional de Normalización. (2009). *ISO 26000 Guía sobre Responsabilidad Social*.
- ISO Organización Internacional de Normalización. (2015). *ISO 14000 Sistema de Gestión Ambiental*.
- Kaplan, A., & Goldsen, J. (1965). The reliability of content analysis categories. *Language of politics*.
- KPMG. (2011). *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting. KPMG Global Sustainability Services, The Netherlands*.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An introduction to its Methodology*.
- Lizcano, J. L. (2004). TRANSPARENCIA INFORMATIVA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.
- Llena, F., Moneva, J., & Hernández, B. (2007). Environmental disclosures and compulsory accounting standards: the case of Spanish annual reports. *Business Strategy and the Environment*.
- Maldonado, S. (2015). *Estudio comparativo internacional de la divulgación de información social en América Latina: el caso de Chile, Colombia y México*.
- Maldonado, S. (2016). *El rendimiento financiero de las grandes corporaciones, un análisis de relación con los rankings de reputación, RSC y gobierno de empresa para Colombia*.
- Maldonado, S., & Acosta, M. d. (2018). *Reportes de Sostenibilidad: Un análisis del volumen y la calidad de la información reportada*.
- Miazzo, C., Bilbao, A., & Bernardi, A. (2008). La rendición de cuentas de sostenibilidad de las empresas radicadas en América del Sur. *Revista de Gestao Social*.
- Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35. (2012). La responsabilidad social corporativa en las memorias anuales del IBEX35.
- Pérez, C. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la comunicación en las 25 empresas más importantes del país.
- Pérez, P. (2018). Título.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review America Latina*, 3-15.
- Prado Lorenzo, J. M., García Sánchez, I. M., & Gallego Álvarez, I. (2012). Efectos del accionariado activista en las políticas de información sobre responsabilidad social corporativa: un estudio empírico en España. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- PricewaterhouseCoopers. (2016). PWC Corporate Responsibility Barometer 2016.
- Saleh, M. (2009). Corporate Social Responsibility Disclosure in an Emerging Market: A Longitudinal Analysis Approach. *International Business Research*.
- Stray, S. (2008). Environmental reporting: the UK water and energy industries: a research note. *Journal of Business Ethics*.

- Subbarao, A., & Zeghal, D. (1997). Human Resources Information Disclosure in Annual Reports: An International Comparison. *Journal of Human Resource Costing and Accounting*.
- This is Africa - Financial Times. (2013). The Africa Sustainability Barometer.
- United Nations Development Programme. (2015). Obtenido de www.undp.org
- White Fade, A. (2005). *Integrate or Transform The Future of CSR, Business for Social Responsibility*.

9. ANEXOS.

Anexo A. Matriz de recolección de información propuestas de medición

Anexo B. Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa

Anexo C. Archivo de control

Anexo D. Resultados consolidados

Anexo E. Sistema de medición y calificación

Los anexos A y E se adjuntan a este documento. Los restantes corresponden como tal a la herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa, que se entregó al Observatorio KAIRÓS.

Anexo A

Matriz de recolección de información propuestas de medición

Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa

Herramienta de valoración de la información sobre responsabilidad social corporativa

Contenido

1 Corporate Sustainability in International Comparison (Center for Sustainability Management)..... 3

2 PWC Corporate Responsibility Barometer 2016 (Pricewaterhouse Coopers)..... 4

3 Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35. 5

4 The Africa Sustainability Barometer United Nations Global Compact (This is Africa – Financial Times)..... 6

5 The African Investing for Impact Barometer 2016 (Bertha Centre UCT Graduate School of Business)..... 7

6 2016 CR Index Insights Report (Business in the community)..... 8

7 The Global 100 Most sustainable corporations in the world (Corporate Knights). 9

1 Corporate Sustainability in International Comparison (Center for Sustainability Management).

Prácticas o variables que miden	<p>Comparativo de la implementación de RSE en diferentes países. Se manejan aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RSE según el tamaño de empresas (por número de empleados y utilidades) • Principales aspectos incluidos en RSE. Algunos aspectos de la sostenibilidad -emisiones / aguas residuales / desechos, lugar de trabajo / empleo, capacitación y desarrollo, consumo de energía, salud y seguridad ocupacional- parecen ser de importancia central para casi todas las empresas a nivel mundial. Se administran de cerca en más de la mitad de todas las empresas y la desviación estándar es relativamente pequeña, lo que indica que las diferencias entre las empresas encuestadas son pequeñas. Por el contrario, la biodiversidad, así como el trabajo infantil, el trabajo forzoso y el trabajo obligatorio se gestionan de forma menos estrecha, y existen mayores diferencias entre empresas. • Compromiso de las áreas funcionales de la organización con la sostenibilidad. • Medidas de sostenibilidad utilizadas. Eficiencia, reputación, riesgo, motivación de los empleados, costos, ingresos, innovación. • Herramientas de administración de la sostenibilidad. • Relación con stakeholders y su influencia en implementación de RSE. • Normas de sostenibilidad aplicadas por las organizaciones. Se destacan ISO14000, GRI, ISO26000, UN Global Compact y OHSAS18000.
Fuentes de información	Primario. Encuesta realizada a las organizaciones
Unidad de medición	Miden frecuencias y criterios de valoración que se puntúan de 1 a 5, dependiendo de la naturaleza del aspecto a evaluar.
Sistema de medición	Se realiza un comparativo entre los resultados de los países para cada aspecto evaluado.
Sitio web de la organización	www.leuphana.de/en/institutes/csm.html

2 PWC Corporate Responsibility Barometer 2016 (Pricewaterhouse Coopers).

Prácticas o variables que miden	<p>Aplicado a empresas de Finlandia. Presentan 5 hallazgos clave: Consideran cada vez más su responsabilidad desde el punto de vista de la creación de valor, se anteponen a riesgos y oportunidades relacionados con el acuerdo climático de París, consideran las metas de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, aún deben cumplir los requisitos de la política de diversidad de la Unión Europea y han adaptado los requerimientos de reporte de GRI G4.</p> <p>Estructura: Los principales actores estratégicos de responsabilidad corporativa establecen su posición. La creación de valor debe describirse a través de diferentes formas de capital. Las empresas finlandesas anticipan riesgos y oportunidades relacionadas con el Acuerdo Climático de París. Mayor énfasis en las prácticas de gestión. Menciona la política de diversidad con respecto a los órganos administrativos y de gestión. La denuncia de irregularidades acelera la respuesta a la mala conducta. Momento de cambio para los informes de responsabilidad corporativa. Los informes fiscales continúan ganando tracción. El número de empresas que informan su “huella” fiscal.</p> <p>Los informes se clasifican según el sector empresarial.</p>
Fuentes de información	Secundaria. Información de responsabilidad social corporativa publicada por 161 compañías. Sitios web. Reportes de RSC y reportes anuales.
Unidad de medición	Miden frecuencias, que se menciona, cuantas veces se menciona, que tan a fondo se menciona, número de veces que aparece el asunto.
Sistema de medición	<p>Se realizó una calificación de las compañías basadas en el criterio de evaluación: Platino $\geq 75\%$, Oro 50-74,9%, Plata 25-49,9% y Bronce $\leq 25\%$.</p> <p>Además de una apreciación narrativa de cada práctica o categoría que se considera pertinente.</p>
Sitio web de la organización	www.pwc.com

3 Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35.

Prácticas o variables que miden	<p>Dimensiones: Fiscalidad, Medio ambiente, Derechos Humanos, Derechos laborales, Comunidad, Corrupción, Derechos de los consumidores y Gobierno Corporativo.</p> <p>Se soporta en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - GRI - Código unificado de buen gobierno de la CNMV - Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos de NNUU.
Fuentes de información	<p>Primario. Se solicitó información directamente a las compañías.</p> <p>Secundaria. Información publicada por las compañías respecto a RSC e informes anuales de las 35 miembros del IBEX 35.</p>
Unidad de medición	<p>Criterios de valoración se puntúan dependiendo de la naturaleza de lo analizado (descripción de evidencias documentadas, páginas del documento de la empresa en la que se encuentra dicha información, valoración numérica del indicador/requisito y conclusiones) de 0 a 4, con 0 señalando que no hay evidencia de contenido con 4 siendo que supera los requisitos.</p> <p>Se evalúa la calidad de la información aportada por las empresas, con la escala Inexistente, 0-Anecdótica, 1-Escasa, 2-Incompleta, 3-Completa y 4-Exhaustiva.</p>
Sistema de medición	Modelo de análisis.
Sitio web de la organización	www.observatoriorsc.org

4 The Africa Sustainability Barometer United Nations Global Compact (This is Africa – Financial Times).

Prácticas o variables que miden	<p>Estructura de la medición:</p> <p>Derechos humanos. Política publicada que cubre los derechos humanos, política contra el niño y el trabajo forzoso, no discriminación e igualdad de oportunidades.</p> <p>Trabajo y empleo. Capacitar a los empleados, % de mujeres empleadas, auditorías y revisiones de seguridad.</p> <p>Ambiental. Evaluación de impacto ambiental, sistema de gestión ambiental en el lugar, huella de carbono absoluta (toneladas), anti corrupción, política que limita el valor de los regalos, disposición por denuncia de irregularidades anónimas.</p> <p>Gobierno corporativo. Informe de gobierno corporativo publicado, independencia de la junta (%).</p> <p>Informes de sostenibilidad corporativa. Educación y desarrollo de habilidades, salud y rehabilitación, administración e infraestructura de recursos.</p> <p>Gestión de la cadena de suministro. Cumplimiento ético. Un requisito contractual.</p>
Fuentes de información	Secundaria. Información publicada por las compañías.
Unidad de medición	Algunos criterios se marcan si se cumplen o no. Los cuantitativos llevan el valor de la medición en la respectiva unidad.
Sistema de medición	Valoración de la información publicada por las organizaciones. Se presenta el comparativo entre las empresas según la zona geográfica de África. Se realizan análisis de los resultados.
Sitio web de la organización	www.thisisafricaonline.com

5 The African Investing for Impact Barometer 2016 (Bertha Centre UCT Graduate School of Business).

Prácticas o variables que miden	<p>El barómetro African Investing or Impact (AIFI) proporciona una imagen del crecimiento de la inversión para el impacto (IFI) y las estrategias que se implementan en los administradores de fondos profesionales en el este, oeste y sur de África.</p> <p>Estructura de estrategias/criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamizaje. Inclusión o exclusión de inversiones basadas en ESG o evaluación ética. El examen puede ser positivo, negativo, basado en normas o el mejor en el sector. • Integración ESG la integración sistemática de los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en el análisis de inversiones, la valoración y la toma de decisiones basadas en fuentes y métricas de investigación apropiadas. • Compromiso con inversionistas. Una estrategia de inversión que busca influenciar el comportamiento de la empresa mediante la propiedad activa a través del voto por poder, la participación de la junta y / o el compromiso con las empresas en asuntos de ESG. • Inversión temática sostenibilidad. Inversiones realizadas a lo largo de los temas de sostenibilidad ambiental y desarrollo sostenible. • Inversión de impacto. Inversión intencionalmente dirigida a generar un impacto e y / o s positivo medible junto con un rendimiento financiero.
Fuentes de información	Secundaria. El Barómetro se compila a partir de información pública disponible a partir de las revelaciones de administradores de fondos en sus sitios web, informes y fichas de fondos al 31 de diciembre de 2015. La información adicional proviene de reguladores y asociaciones industriales, donde la información está disponible públicamente
Unidad de medición	Asignación de puntos por el cumplimiento de las estrategias para cada grupo de criterios. Finalmente, el grupo se califica como Caliente, Tibio o Frío, dependiendo del puntaje obtenido (no mencionan los rangos para definir la calificación).
Sistema de medición	Se presentan resultados agregados por regiones de África así: 5 principales temas de inversión, Número de fondos de inversión de impacto, Distribución de la inversión en las 5 estrategias/criterios, Tamaño de los activos destinados a las 5 estrategias y Calificación de las organizaciones (barómetro), diferenciando el puntaje de las organizaciones en cada una de las 5 estrategias.
Sitio web de la organización	www.gsb.uct.ac.za/berthacentre

6 2016 CR Index Insights Report (Business in the community).

Prácticas o variables que miden	<p>CR Index se ha usado para identificar tendencias en negocios responsables. Este informe proporciona a las empresas la información más actualizada sobre prácticas líderes y tiene como objetivo orientar a las empresas en su camino. Informe del 2016 presenta las siguientes prácticas líderes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mega tendencias: convertir la evaluación en acción. • Construyendo una cultura basada en la visión y los valores. • Confiando en nuestros líderes. • Fortalecimiento de la cadena de suministro. • Sostenibilidad: ¿costo o inversión? • Midiendo el valor de un negocio responsable. <p>Estructura de los criterios evaluados en las organizaciones: Estrategia corporativa, Integración, administración, Comunidad, Ambiente, Mercado, Lugar de trabajo, Áreas de impacto - Social, Áreas de impacto: ambiental, Revelación.</p> <p>Se califican y se presenta el listado con la empresa, la puntuación, el sector y la cobertura geográfica respectiva.</p> <p>Resumen (texto descriptivo) por sector empresarial de los aspectos top que afectan a las compañías. Se presentan casos de empresas.</p>
Fuentes de información	Primario. Encuesta realizada a cada organización.
Unidad de medición	El rendimiento está categorizado en un sistema de 5 estrellas que demuestra cómo la responsabilidad corporativa integrada se encuentra en la estrategia y las operaciones comerciales de una empresa.
Sistema de medición	Este informe se compone de tres secciones principales: <ul style="list-style-type: none"> - Ejemplos de negocios responsables de los participantes. - La lista del índice CR de 2016 incluye desgloses de puntaje. - Problemas y desafíos específicos del sector.
Sitio web de la organización	www.bitc.org.uk

7 The Global 100 Most sustainable corporations in the world (Corporate Knights).

Prácticas o variables que miden	<p>Clasificación anual del desempeño de sostenibilidad corporativa. Lanzado cada enero durante el Foro Económico Mundial en Davos; publicado en los principales medios de comunicación. Se eligen las empresas que cotizan en bolsa con los últimos ingresos brutos de un mínimo de mil millones de dólares estadounidenses. Todas las industrias y geografías se consideran automáticamente.</p> <p>La metodología se basa en hasta 17 indicadores clave de rendimiento (KPI): Energía, Gases de efecto invernadero, Agua, Residuos, Rotación de empleados, Lesiones, Muertes, Productividad del aire limpio, Salario promedio de los empleados, Porcentaje de impuestos pagados, Estado del Fondo de Pensiones, Capacidad de innovación, Mujeres en la dirección ejecutiva, Mujeres a bordo, Ingresos ecológicos, Puntaje del proveedor y Compensación por metas de sostenibilidad.</p>
Fuentes de información	<p>Secundaria. La clasificación se basa en datos divulgados públicamente (por ejemplo, informes financieros, informes de sostenibilidad). Todos los puntos de datos requeridos son pre-poblados. No se requieren presentaciones de empresas. Se contacta a las empresas de la lista de finalistas Global 100 para la verificación de datos antes de la finalización del proyecto.</p>
Unidad de medición	<p>17 KPI prioritarios con pesos (impacto) diferenciado según el tipo de industria (se presentan 69). Calificación de cada KPI se hace de acuerdo a metodología establecida. Luego se aplica peso (ponderación). Se suma el resultado de los KPI.</p>
Sistema de medición	<p>Se presenta el ranking de las 100 empresas, indicando el país de procedencia, el tipo de industria y el puntaje total.</p>
Sitio web de la organización	<p>www.corporateknights.com/reports/global-100/</p>

Anexo E

Sistema de medición y calificación

Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa

Herramienta de valoración de la información sobre responsabilidad social corporativa

Contenido

1	Estructura de la herramienta.....	5
1.1	Datos generales de la organización.	5
1.2	Evaluación.	9
1.2.1	Estructura de los contenidos a evaluar.	10
1.2.2	Criterio de obligatoriedad (Requerido).	12
1.2.3	Motivos de omisión.....	13
1.2.4	Valoración de la omisión.	14
1.2.5	¿Reporta información del contenido?	15
1.2.6	Tipo de contenido.....	16
1.2.7	Evaluación de la calidad de la información.	17
1.2.8	Valoración del contenido.	20
1.2.9	Asignación del puntaje a la valoración del contenido.....	22
1.2.10	Observaciones del evaluador.....	22
1.3	Resultados.	23
2	Archivo de control.....	27
3	Resultados consolidados.	28
4	Administración de archivos.....	28

Índice de tablas.

Tabla 1. Campos de la evaluación.....	9
Tabla 2. Estructura de contenidos	11
Tabla 3. Lógica de definición del criterio de obligatoriedad	13
Tabla 4. Motivos de omisión.....	14
Tabla 5. Ejemplo de evaluación de calidad de la información	18
Tabla 6. Criterios de evaluación de la calidad de la información	19
Tabla 7. Valoración del criterio de calidad de la información	20
Tabla 8. Valoración del contenido	21

Índice de figuras.

Figura 1. Plantilla de registro de los datos de la organización.....	8
Figura 2. Ejemplo de contenidos en la herramienta de valoración	12
Figura 3. Evaluación diferenciada por contenido de la calidad de la información	17
Figura 4. Resultados consolidados de la evaluación.....	24
Figura 5. Resultados consolidados de la valoración de las omisiones.....	25
Figura 6. Ejemplo de resultados de herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa.....	26

1 Estructura de la herramienta.

El Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa, Herramienta de Valoración de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad Empresarial, se construyó sobre Microsoft Excel y está compuesta de tres secciones principales: Datos generales de la organización, Evaluación y Resultados. Su estructura soporta la propuesta de contenidos a evaluar del Observatorio Kairós. Se genera un archivo de Microsoft Excel por cada Empresa u Organización a evaluar. Se requiere un control de las valoraciones, una consolidación de resultados y una estructura de carpetas para el almacenamiento de toda la documentación.

1.1 Datos generales de la organización.

La herramienta cuenta con una información general de la organización, que permite su identificación y caracterización de cara al análisis de los resultados de la valoración de la sostenibilidad y la transparencia en la información. Los datos que se deben registrar son:

- *Nombre de la organización.* Corresponde al nombre que registra la organización en el informe de sostenibilidad.
- *Nombre del informe de sostenibilidad.* Descripción con la que se nombra el informe de sostenibilidad.

- *Período objeto del informe.* Período de tiempo al que hace referencia el informe de sostenibilidad de la organización.

- *Descripción de las actividades de la organización.* Se debe registrar un resumen orientador sobre las principales actividades de la organización, las marcas, productos y servicios principales.

- *Informe elaborado de conformidad a opción.* La organización debe reportar si el informe es presentado de conformidad con la opción Esencial o Exhaustiva, tal como se define en la sección 3 de GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016):
 - Esencial. Si un informe se ha elaborado de acuerdo con esta opción, este contiene la información mínima necesaria para comprender la naturaleza de la organización, sus temas materiales e impactos relacionados y cómo se gestionan estos.
 - Exhaustiva. Esta opción se crea a partir de la opción Esencial, pero requiere contenidos adicionales sobre estrategia, ética e integridad de la organización y su gobernanza. Además, la organización está obligada a informar más ampliamente de sus impactos y a comunicar los contenidos sobre el tema para cada tema material cubierto por los Estándares GRI.
 - No declarado. Esta opción se debe utilizar cuando la Organización no reporta bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) o no se encuentra registrado para esto. Para efectos de la valoración de los contenidos se asumirán los criterios de validación de la opción Esencial.

Con base en este dato, la herramienta de valoración determina la obligatoriedad de reporte de los contenidos, según la homologación de los mismos frente a los estándares GRI y con base en la Tabla 1 - Criterios para declarar que un informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI, de GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016).

- *Número de empleados.* Se debe ingresar el número de empleados de la organización.
- *Multinacional.* Se debe seleccionar si a empresa es o no multinacional (Si/No).
- *Tamaño de la organización.* Se establece el tamaño de la empresa a partir de los datos Número de empleados y Multinacional. Pequeña/Mediana si tiene menos de 250 empleados. Grande si tiene 250 empleados o más y no es multinacional. Multinacional cuando se selecciona esta opción.
- *Naturaleza de la propiedad.* Se debe seleccionar de la lista desplegable la opción que describe de manera general la naturaleza de la propiedad de la organización.
- *Industria.* Se debe seleccionar de la lista desplegable la opción correspondiente al sector empresarial al que pertenece la organización.

- *Región.* Se debe seleccionar de la lista desplegable la opción correspondiente a la ubicación geográfica (continente o región).
- *País.* Se debe seleccionar de la lista desplegable la opción correspondiente al país en que se encuentra la operación de la organización.
- *Cotiza en bolsa.* Se debe seleccionar de la lista desplegable la opción correspondiente a la cotización en bolsa de valores por parte de la organización.

En la herramienta los datos se registran en la hoja Empresa, sección que se muestra a continuación:



**BARÓMETRO DE LA DIVULGACIÓN DE
INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA**

DATOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización	Industria Manufacturera de Occidente
Nombre del informe de sostenibilidad	Somos Sostenibles 2017
Período objeto del informe	Año 2017
Descripción de las actividades de la organización, productos o servicios principales	Manufactura de insumos para la cocina. Ollas, sartenes, cubiertos de mesa y cocina
Informe elaborado de conformidad a opción	Esencial
Número de empleados	245 Multinacional Si
Tamaño de la empresa	Pequeña/Mediana
Naturaleza de la propiedad	Privada
Industria	Manufactura
Región	Sudamérica
País	Colombia
Cotiza en bolsa	No cotiza

Figura 1. Plantilla de registro de los datos de la organización

1.2 Evaluación.

La evaluación se realiza a partir del informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad reportado por la organización, para el período de evaluación que lleve a cabo el Observatorio Kairós. El registro se realiza en la hoja Evaluación y los campos que ésta contiene se presentan en la *Tabla 1. Campos de la evaluación.*

Tabla 1. Campos de la evaluación

Campo	Diligenciamiento	Opciones
Numeral	Predefinido	No aplica
Categoría	Predefinido	No aplica
Tema	Predefinido	No aplica
Contenido	Predefinido	No aplica
Requerido	Predefinido	No aplica
Motivos de omisión	A registrar	No omite / No procede / Problemas de confidencialidad / Prohibiciones jurídicas específicas / Información no disponible
Valoración de omisión	A registrar	Adecuada / Inadecuada
¿Reporta información del contenido?	A registrar	Si / No
Tipo	Predefinido	No aplica
Precisa	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
Equilibrada	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
Comprensible	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
Comparable	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
Oportuna	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
De interés	A registrar	Cumple / Parcial / No cumple
Valoración del contenido	A registrar	Supera requisitos / Cumplimiento total / Cumplimiento parcial / Cumplimiento anecdótico
Observaciones del evaluador	A registrar	Texto abierto

A continuación, se presenta la estructura de información donde están los contenidos objeto de evaluación y la forma como se consigna la evaluación de cada uno.

1.2.1 Estructura de los contenidos a evaluar.

Los temas objeto de evaluación tiene un numeral como identificación única. Están organizados en la siguiente estructura:

- Categoría. Grupo que define la naturaleza principal de los contenidos a evaluar.
- Tema. Subgrupo que clasifica el contenido dentro de cada categoría.
- Contenido. Es el aspecto objeto de evaluación.

En la *Tabla 2. Estructura de contenidos*, se presentan las categorías y sus respectivos temas. En la herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa, se puede apreciar la totalidad de contenidos, en la hoja Evaluación. *Ver Figura 2. Ejemplo de contenidos en la herramienta de valoración.*

Tabla 2. Estructura de contenidos

Categoría	Tema
Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social Patrocinio y mecenazgo Actividades benéficas/filantropía Compromiso de los empleados con la comunidad Otra Información
Consumidores y Productos	Calidad de los productos y servicios Seguridad de los productos y de los clientes Relaciones con clientes Otra información
Derechos Humanos y Ética	Derechos humanos en la cadena de suministros Derechos humanos en el trabajo Corrupción Donaciones a partidos políticos Libre competencia Gobierno corporativo Otra información
Empleados	Comunicación y consulta Relaciones industriales Salud y seguridad Formación y desarrollo profesional Retribución y condiciones de trabajo Contrataciones y despidos Otra información
Medio Ambiente	Política, declaraciones y sistemas de gestión medioambiental Consumo y conservación de recursos naturales Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas Energía Productos Inversiones y gastos medioambientales Otra información

Fuente: Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa

Numeral	Categoría	Tema	Contenido	Req
1.1.1	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	# de proyectos de apoyo en temas relacionados con: la educación, la cultura, la salud, el desarrollo, la promoción del conocimiento, los proyectos de investigación y de desarrollo financiados por la empresa (incluye también los proyectos para la protección del patrimonio cultural indígena y la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos)	Discr
1.1.2	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	# de personas que participan en los proyectos y programas de apoyo temas relacionados con: la educación, la cultura, la salud, el desarrollo, la promoción del conocimiento, los proyectos de investigación y de desarrollo financiados por la empresa (incluye también los proyectos para la protección del patrimonio cultural indígena y la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos)	Discr
1.1.3	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	# de acuerdos de colaboración con instituciones del tercer sector para el desarrollo de programas de apoyo conjunto o # de personas beneficiadas por estos acuerdos	Discr
1.1.4	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	Inversión en proyectos sociales (incluye también las inversiones para resarcir la ocupación de terrenos indígenas)	Discr
1.1.5	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	Existencia de una fundación de apoyo a la comunidad creada por la empresa	Discr
1.1.6	Comunidad	Actividades de apoyo a la comunidad / compromiso social	Proyectos de apoyo al medio ambiente	Discr

Figura 2. Ejemplo de contenidos en la herramienta de valoración

1.2.2 Criterio de obligatoriedad (Requerido).

Este criterio define la obligatoriedad de la presentación del contenido en el informe de sostenibilidad de la organización. Se determina de manera automática a partir de:

- La opción de elaboración del informe como Esencial o Exhaustiva, dato cargado en Datos Generales de la Organización.
- La relación del contenido específico con los criterios de la Tabla 1 - Criterios para declarar que un informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI, de GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016), que define qué contenidos aplican a cada opción y en qué casos se permite a la organización hacer

omisión de los mismos. La relación existente entre la tabla mencionada con el contenido surge de la homologación de éste con los contenidos de los estándares GRI.

La lógica que se aplica se define en la siguiente tabla y produce como resultado dos únicos valores:

Tabla 3. Lógica de definición del criterio de obligatoriedad

Tipo	Aplica a Esencial	Omisible	Definición
Esencial	Si	Si	Discrecional
Esencial	Si	No	Obligatorio
No aplica	Si	Si	Discrecional
No aplica	Si	No	Obligatorio
Exhaustivo	No aplica	Si	Discrecional
Exhaustivo	No aplica	No	Obligatorio

Fuente: Definición con base en criterios para declarar que un informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI (Global Sustainability Standards Board, 2016)

1.2.3 Motivos de omisión.

Una organización tiene la posibilidad de omitir los contenidos que no son obligatorios, entendiendo que existen motivos que lo justifican. Sin embargo, debe declararlo de manera formal y presentar una explicación dentro del informe de sostenibilidad. Las causales de omisión son las definidas en la Tabla 2 - Motivos para la omisión de GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016).

Tabla 4. Motivos de omisión

Motivo	Explicación obligatoria en el informe de sostenibilidad
No procede	Se selecciona cuando el contenido se omite argumentando motivos por los que la organización considera que el contenido no procede. No aplica para problemas de confidencialidad, prohibiciones jurídicas o información no disponible.
Problemas de confidencialidad	Se selecciona cuando el contenido se omite argumentando problemas específicos de confidencialidad que prohíban su publicación.
Prohibiciones jurídicas específicas	Se selecciona cuando el contenido se omite argumentando prohibiciones jurídicas específicas.
Información no disponible	Se selecciona cuando el contenido se omite argumentando la imposibilidad de obtener la información necesaria o que ésta no tiene suficiente calidad para incluirse en el informe. La organización debe describir los pasos específicos que se están dando para obtener la información y el plazo previsto para disponer de ella.

Fuente: Motivos para la omisión de GRI (Global Sustainability Standards Board, 2016)

El evaluador debe identificar si en el informe se declara formalmente la omisión y proceder a evaluar el motivo utilizado, acorde con lo establecido anteriormente. En caso de que ésta no se omita, deberá seleccionar la opción No omite.

1.2.4 Valoración de la omisión.

El evaluador debe identificar cuando la divulgación de información sobre el contenido se haya omitido y valorar si se cumple con las directrices definidas en Motivos para la

omisión de GRI 101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016). Esta valoración es muy importante de cara a la credibilidad y transparencia de la información. Una vez hecho el análisis, el evaluador deberá seleccionar entre las opciones Adecuada o Inadecuada:

- Adecuada. Se establece cuando la omisión está declarada de manera formal y los motivos presentados son acordes al objeto social de la organización y su entorno. Además, se sustenta con datos o información verificable.
- Inadecuada. Se establece inadecuada cuando los motivos presentados no están relacionados con el objeto social de la organización y su entorno. No se sustenta con datos o información o estos no son verificables.

Este resultado tiene una implicación directa en la valoración final del contenido. En todo caso, cuando la valoración de la omisión se define como Inadecuada, se asigna puntaje cero (0) a la valoración del contenido.

1.2.5 ¿Reporta información del contenido?

De acuerdo a la revisión del informe de sostenibilidad de la organización evaluada, el evaluador debe identificar si el contenido objeto de valoración se presenta o no. Deberá registrar en la herramienta en la opción Si/No.

Si se registra que la organización no divulgó información relacionada con el contenido, la herramienta valorará la opción de conformidad a la cual está elaborado el informe de la organización, para definir si se puntúa cero (0) o si se marca como NA (no aplica).

En caso de que el informe esté acogido a la opción Exhaustiva, la puntuación será cero (0). Si se acoge a Esencial o No declarado, se marca como NA.

En GRI 101 Fundamentos Tabla 1. Criterios para declarar que un informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI (Global Sustainability Standards Board, 2016), se define que una organización acogida a este último tipo, puede omitir los contenidos, pero debe reportar información de al menos uno de estos por cada tema (aplica para la información económica, social y ambiental).

Considerando lo anterior, la herramienta realiza un conteo de los contenidos reportados por cada Tema. En caso que no se reporte ninguno, se aplicará una penalidad, considerando todos los contenidos de éste como uno solo que no se reporta.

1.2.6 Tipo de contenido.

Hace referencia a la naturaleza Cualitativa o Cuantitativa de la información que responde al contenido a evaluar. Está previamente definida para cada uno de estos.

1.2.7 Evaluación de la calidad de la información.

Cada contenido debe ser evaluado respecto a la calidad de la información reportada por la organización. Para esto se definen los criterios en la *Tabla 6. Criterios de evaluación de la calidad de la información*. La evaluación de estos aplica a cada contenido de manera diferenciada. Según la parametrización asociada a cada uno se habilitan las opciones para la selección de la valoración. Es decir, no necesariamente todos los criterios deben ser evaluados en cada contenido. En caso tal que el contenido haya sido omitido, la valoración de la calidad de la información no se habilita. *Ver Figura 3. Evaluación diferenciada por contenido de la calidad de la información.*

Motivos de omisión	Valoración de omisión	¿Reporta información del contenido?	Tipo	Evaluación de la calidad de la información					
				Precisa	Equilibrada	Comprensible	Comparable	Oportuna	De interés
No omite		Si	Cualitativo	No cumple		No cumple		No cumple	Cumple
No omite		Si	Cuantitativo		No cumple	No cumple	No cumple		Parcial
No omite		No	Cuantitativo						

Figura 3. Evaluación diferenciada por contenido de la calidad de la información

La valoración que debe asignar el evaluador para cada contenido corresponde a las opciones Cumple, Parcial y No cumple, que debe seleccionar de acuerdo al análisis que realice sobre cada criterio para la información divulgada del contenido a evaluar. Para cada

una se define un puntaje tal como se consigna en la *Tabla 7. Valoración del criterio de calidad de la información.*

La herramienta establece una evaluación de la calidad de la información reportada para el contenido aplicando el siguiente mecanismo: se divide el total de los puntos asignados a cada criterio sobre el mayor puntaje posible (como si cada uno se evaluara como Cumple, es decir, con 2 puntos). Se presenta como porcentaje. En la siguiente tabla se presenta un ejemplo:

Tabla 5. Ejemplo de evaluación de calidad de la información

Criterio	Se evalúa	Máximo puntaje	Evaluación	Puntaje asignado
Precisa	Si	2	Cumple	2
Equilibrada	Si	2	Cumple	2
Comprensible	Si	2	No cumple	0
Comparable	No	0	NA	0
Oportuna	No	0	NA	0
De interés	Si	2	Parcial	1
Total		8		5

Tomando el puntaje asignado sobre el máximo puntaje, se obtiene el porcentaje de calidad de la información: $5/8 = 62,5\%$ para ese contenido en particular.

Tabla 6. Criterios de evaluación de la calidad de la información

Criterio	Descripción
Precisa	Se evalúa que la información reportada contenga datos correctos y con el detalle suficiente para que sea de utilidad y adecuado para su propósito.
Equilibrada	Se evalúa que la información sea equilibrada y justa. Que no omita datos negativos pertinentes a los impactos de las actividades de una organización.
Comprensible	Se evalúa que la información reportada contenga los conocimientos y antecedentes culturales, sociales, educacionales y económicos de los destinatarios. Tanto el lenguaje utilizado, como la manera en que el material es presentado, incluyendo el cómo está organizado, debería ser accesible para las partes interesadas que se pretende que reciban la información.
Comparable	Se evalúa que la información reportada permita analizar los cambios en el desempeño de la organización y que respalde el análisis relativo a otras organizaciones o periodos evaluados.
Oportuna	Se evalúa que la información reportada describa actividades desarrolladas durante un período específico de tiempo. El reporte del período abarcado permitirá a las partes interesadas comparar el desempeño actual de la organización con el anterior, y con el de otras organizaciones.
De interés	Se evalúa que la información reportada sea de interés de las partes.

Fuente: Definición propia con base en Principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe del GRI101 Fundamentos (Global Sustainability Standards Board, 2016)

Tabla 7. Valoración del criterio de calidad de la información

Valoración	Puntaje	Descripción
Cumple	2	Cuando la información presentada para el contenido cumple completamente con los requisitos establecidos en el criterio evaluado.
Parcial	1	Cuando la información presentada para el contenido cumple de manera parcial con los requisitos establecidos en el criterio evaluado. Es decir, existen elementos que no generan absoluta certeza sobre el cumplimiento.
No cumple	0	Cuando la información presentada para el contenido no cumple con los requisitos establecidos en el criterio evaluado.

Fuente: Definición propia

1.2.8 Valoración del contenido.

Una vez evaluada la calidad de la información reportada, es necesario realizar la valoración del contenido frente al estado de implementación o desarrollo de la práctica en materia de RSC. Esto se hace únicamente cuando no se ha realizado omisión del mismo (si aplica la omisión) y cuando se ha reportado información del contenido. Para esto se aplican la siguiente escala de la *Tabla 8. Valoración del contenido*.

El evaluador debe realizar el análisis de la información reportada por la organización y acorde a la descripción asignar la valoración respectiva. La última valoración de esta tabla no es elegible en la herramienta, pues ya se ha definido el resultado cero (0) o NA

dependiendo de la opción de conformidad a la cual se realiza el informe de sostenibilidad de la organización.

El puntaje asignado a la valoración del contenido queda establecido, pero debe afectarse por la calidad de la información reportada.

Tabla 8. Valoración del contenido

Valoración	Descripción	Puntaje
Supera requisitos	Describen sistemas y resultados de seguimiento, verificación, evaluación y mejora del cumplimiento de las normas	4
Cumplimiento total	Describen grado de implantación y/o plan de implantación	3
Cumplimiento parcial	Identifican responsables, procedimientos operativos y gestión, sistemas, normas internas	2
Cumplimiento anecdótico	Se declara compromiso público	1
No reportado / Omisión inadecuada	No se menciona / no hay evidencia documental / Se omitió el contenido de manera inadecuada.	0

Fuente: Definición propia con base en criterios de valoración del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa IBEX 35 (Observatorio de Responsabilidad Corporativa IBEX35, 2012)

1.2.9 Asignación del puntaje a la valoración del contenido.

La herramienta asigna el puntaje según la valoración seleccionada por el evaluador y lo multiplica por el porcentaje de valoración de la calidad de la información. De esta manera este último dato tiene peso en la puntuación final de cada contenido.

Es muy importante este criterio de afectación en el resultado de la valoración del contenido debido a la calidad de la información. Esto implica que las empresas deban acogerse de manera juiciosa a los requisitos en la presentación de los contenidos, apuntando así a la transparencia en la divulgación.

Retomando el ejemplo de la *Tabla 5. Ejemplo de evaluación de calidad de la información*, considerando que el evaluador haya seleccionado la opción *Supera requisitos*, que tiene un puntaje de 4 puntos, al afectar éste por la calidad de la información, tendríamos que multiplicarlo por el 62,5%. El resultado final de ese contenido sería 2,5 puntos.

Los puntajes de todos los contenidos se promedian para la presentación de los resultados.

1.2.10 Observaciones del evaluador.

En este espacio se deben registrar las observaciones que el evaluador considere necesarias, de tal manera que se tengan como guía o soporte de la evaluación del contenido.

Puede hacer referencia a aspectos de la información divulgada, criterios para la valoración o datos de relevancia para el análisis.

1.3 Resultados.

En esta sección de la herramienta se consolidan todos los resultados de cada contenido evaluado. Se realizan los siguientes cálculos por cada categoría de información:

- Obligatorios reportados. Cantidad de contenidos obligatorios que fueron reportados por la organización.
- Obligatorios no reportados. Cantidad de contenidos obligatorios que no fueron reportados por la organización.
- Discrecionales reportados. Cantidad de contenidos discrecionales que fueron reportados por la organización.
- Discrecionales omitidos. Cantidad de contenidos discrecionales que fueron omitidos por la organización.
- Discrecionales no reportados. Cantidad de contenidos discrecionales que fueron omitidos de manera inadecuada por la organización.
- Temas discrecionales no tratados. Cantidad de temas sin ningún contenido reportado. No aplica para Exhaustivo.

- Evaluación calidad de la información. Promedio de las valoraciones de calidad de la información de los contenidos.
- Omisiones inadecuadas. Proporción de las omisiones inadecuadas sobre la totalidad de los contenidos discretionales que fueron reportados por la organización.
- Valoración del contenido. Promedio de los puntajes obtenidos en la valoración de sostenibilidad de cada contenido. En caso de que la opción de conformidad sea Esencial o No declarado, por cada tema sin contenidos reportados se suma 1 al denominador, de tal manera que se simula un solo contenido no reportado. Ésta es la penalidad aplicada.

En la hoja Resultados, se visualizan estos cálculos así:

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN

Categoría	Obligatorios reportados	Obligatorios no reportados	Discretionales reportados	Discretionales omitidos	Discretionales no reportados	Temas discretionales no tratados	Evaluación calidad de la información	Omisiones inadecuadas	Valoración del contenido
Comunidad	4	0	17	9	6	0	64,1%	3,8%	1,9
Consumidores Y Productos	1	1	24	13	0	0	91,7%	2,7%	2,8
Derechos Humanos Y Ética	6	0	29	19	0	0	94,0%	8,3%	2,8
Empleados	2	0	38	35	0	0	94,8%	8,2%	2,8
Medio Ambiente	4	0	27	18	2	0	93,3%	6,7%	2,8
Total	17	1	135	94	8	0	89,6%	6,6%	2,7

Figura 4. Resultados consolidados de la evaluación

La adecuación de las omisiones realizadas por la organización para su informe de sostenibilidad se consolida por cada uno de los motivos de omisión. Se realiza el conteo de aquellas marcadas como Adecuadas y de las Inadecuadas y se totaliza. Posteriormente se calcula un porcentaje sobre los omitidos y finalmente, otro sobre el total de los contenidos discretionales reportados por la organización. En la hoja Resultados, se visualizan estos cálculos así:

Valoración de las omisiones			
Causal	Adecuada	Inadecuada	Total
No procede	60	10	70
Problemas de confidencialidad	4	3	7
Prohibiciones jurídicas específicas	10	0	10
Información no disponible	5	2	7
Total	79	15	94
Participación sobre omitidos	84,0%	16,0%	
Participación en discrecionales	34,5%	6,6%	

Figura 5. Resultados consolidados de la valoración de las omisiones

La presentación gráfica de los resultados se hace en 4 secciones:

- Valoración global de sostenibilidad. Se presenta de manera total y por cada categoría el resultado de la valoración realizada por el evaluador. Se dibuja sobre un barómetro semaforizado, en el cual el color rojo va desde 0 a 1, el amarillo de 1 a 2, el verde de 2 a 3 y el azul de 3 a 4.
- Calidad de la información. Se presenta de manera total y por cada categoría el resultado de la valoración realizada por el evaluador. Se dibuja sobre un velocímetro semaforizado, en el cual el color rojo va desde 0% a 70%, el amarillo hasta 85% y el verde hasta 100%.
- Contenidos valorados. De manera total y por cada categoría se presenta la cantidad de contenidos Obligatorios reportados, Obligatorios no reportados, Discrecionales reportados, Discrecionales omitidos, Discrecionales no reportados y Temas discrecionales no tratados. Se ubican sobre un gráfico de barras horizontales conformadas por recuadros coloreados (según el dato que presentan) con la cantidad de contenidos relacionados.
- Omisiones inadecuadas. Se presenta la cantidad de omisiones inadecuadas clasificadas en los motivos de omisión utilizados. Se presenta el resultado general de las inadecuaciones (proporción calculada en el punto anterior).

Los resultados se presentan de manera gráfica en un tablero con las 4 secciones mencionadas, tal como se ilustra en la *Figura 6. Ejemplo de resultados de herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa.*

Con base en los resultados consolidados de todas las evaluaciones de varias organizaciones para un mismo período, se presenta la información comparativa por Industria y Región, para las secciones Valoración global de sostenibilidad, calidad de la información y omisiones inadecuadas.

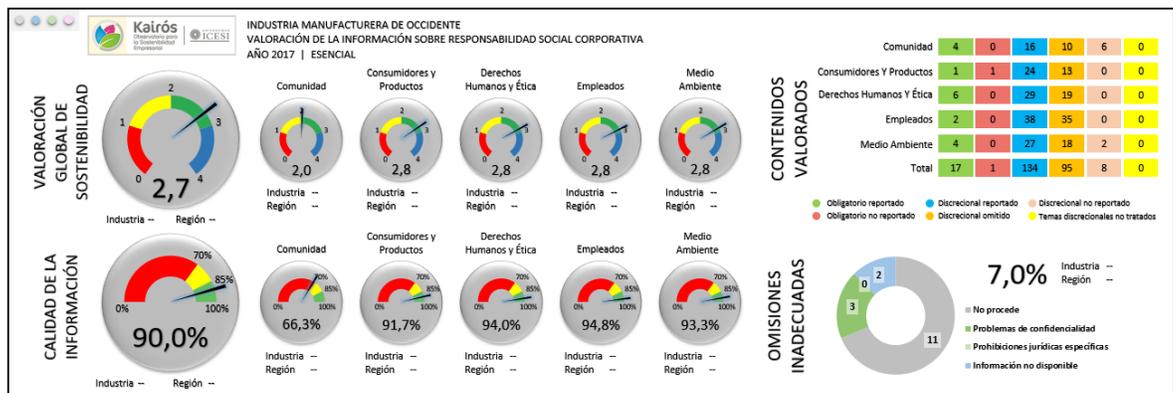


Figura 6. Ejemplo de resultados de herramienta Barómetro de la divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa

La herramienta permite generar el registro con el resultado de toda la valoración de los contenidos para llevarlo al archivo consolidado. Se presentan las instrucciones de uso en la herramienta.

2 Archivo de control.

Este archivo se requiere para controlar la información de los informes de sostenibilidad y las evaluaciones, a través de todo el proceso. Contiene los siguientes campos:

- *Campo.* Descripción
- *Número.* Consecutivo de registro de las organizaciones en el archivo de control.
- *Empresa.* Nombre de la organización.
- *Nombre del archivo del informe.* Nombre del archivo reportado por la organización o el que se asigne cuando se obtiene el mismo.
- *Nombre del archivo de la evaluación.* Nombre del archivo en que se registra la evaluación del informe de la organización.
- *Evaluador asignado.* Nombre del evaluador de Kairós asignado.
- *Fecha de inicio.* Día de inicio programado para la evaluación.
- *Fecha fin.* Día final programado para realizar la evaluación.
- *Estado de la evaluación.* Se requiere actualizar el estado de la evaluación para llevar control del proceso. Los estados son: Por asignar (pendiente definición de los evaluadores del informe), Asignado (ya cuenta con los evaluadores asignados), Evaluación en curso (la evaluación del informe ya está llevándose a cabo) y Finalizado (la evaluación ya se finalizó y se cuenta con el resultado consolidado).

3 Resultados consolidados.

El registro lineal del resultado de la evaluación de una organización se copia y se lleva al archivo Resultados consolidados. Éste tiene la misma estructura y permite llevar los resultados de todas las organizaciones evaluadas. A partir de esta información el Observatorio Kairós podrá generar análisis según las diferentes variables disponibles.

4 Administración de archivos.

Para la administración de los archivos se definió una estructura de carpetas y un archivo de control así:

- Carpeta que contiene toda la información de un período de evaluación. Se nombra con la palabra “Año_” + (número del año, 4 dígitos). Ejemplo: Año 2017
- Archivo de control. Se nombra con el texto “Archivo de control ” + período de evaluación.
- Carpeta para los informes de cada una de las organizaciones que se van a evaluar.
Informes de sostenibilidad a evaluar.
- Informe de sostenibilidad de las organizaciones. Nombre del informe según cada organización. En caso de que el archivo no contenga un nombre claro predefinido, se deberá utilizar el nombre de la organización. Este nombre se registra en el archivo de control.

- Carpeta para las evaluaciones de cada una de las organizaciones.
- Archivo de la evaluación. Se nombra con el texto “Valoración número ” + (número de la organización en el archivo de control del período).
- Resultados consolidados de las evaluaciones de la gestión de sostenibilidad reportada por las organizaciones evaluadas. Se nombra con el texto “Resultados consolidados” + período de evaluación.