E

n estas semanas las empresas comenzaron a publicar sus reportes de sostenibilidad, que buscan mostrar a la sociedad en general indicadores sobre el avance de la compañía en responsabilidad social.

Por lo general se sigue la metodología definida por el [GRI- Global Reporting Initiative](http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/ReportingFrameworkOverview/), quienes sugieren los lineamientos que deben seguir las compañías en sus reportes.

A pesar de la visión integral que presentan, es importante revisar si las empresas están reflejando que la actividad de sus negocios es socialmente responsable.

A nivel mundial han surgido algunas críticas sobre los reportes GRI, indicando que simplemente camuflan la [responsabilidad social corporativa](Moneva%2C%20Archel%20y%20Correa.%20GRI%20and%20the%20camouflaging%20of%20corporate%20unsustainability.%20Accounting%20forum.%20Vol%2030%20No%202%2C%20jun%202006.) y muestran diversas debilidades, puesto que se pierde la motivación de mostrar un negocio sostenible y, al contrario, se resaltan aspectos o bien de obligatorio cumplimiento o con fines estratégicos.

Sería bueno preguntar si mostrar a nivel publicitario que la empresa paga impuestos es una práctica socialmente responsable o si, más bien, es una norma de obligatorio cumplimiento. También hay que analizar si un negocio que en su actividad afecta la salud de las personas, con simplemente aportar dinero en un evento benéfico ya está cubriendo el negativo efecto sobre la sociedad.

Las empresas socialmente responsables deben iniciar con revisar la cadena de valor de su negocio y el impacto que está produciendo el producto final en la sociedad. Con esto pueden rediseñar tanto su proceso como su producto, para mitigar los negativos efectos que se estén generando. Infortunadamente para algunos el enfoque no inicia desde el negocio en sí, sino a través de fundaciones o donaciones, entre otros.

A nivel estructural se debe trabajar más aún para que la participación de los *stakeholders* en el proceso de sostenibilidad sea abierta y claramente medida.

Cabe resaltar que algunas [empresas en Colombia](http://www.ecopetrol.com.co/contenido.aspx?catID=148&conID=46143&pagID=133412) están obteniendo reconocimientos por la calidad de sus reportes por el GRI, lo cual muestra que es posible avanzar en este enfoque y que, a su vez, se puede seguir creando valor para los accionistas.

Los *stakeholders* requieren que las empresas reporten información cada vez más veraz y validada por órganos externos. Es por ello que es necesario insistir en que los reportes de sostenibilidad cuenten con evaluación externa antes de su publicación, que no se conviertan en mecanismos para mercadeo, que oculten el verdadero impacto que el negocio está generando.

*Diego Fernando Forero Díaz*