

# Guía voluntaria de BME sobre información de sostenibilidad para las sociedades cotizadas



# Índice

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Diez recomendaciones para impulsar la sostenibilidad en la empresa</b>	<b>7</b>
1. Implicar a la alta dirección	9
2. Averiguar qué es necesario cambiar	9
3. Incluir a todos los grupos de interés	10
4. Fijar prioridades	12
5. Establecer una estructura de apoyo a las políticas de sostenibilidad	14
6. Comprobar el grado de implicación de los nuevos compromisos	14
7. Comprometerse públicamente	15
8. Desarrollar una política de sostenibilidad	15
9. Ajustar los sistemas de gestión	16
10. Informar sobre los logros y retos	17
<b>Cinco pasos de mejores prácticas</b>	<b>18</b>
<b>Conclusión</b>	<b>28</b>

# Introducción

## ¿Por qué son tan importantes los informes sobre factores medioambientales, de sostenibilidad y de gobierno corporativo (ESG)?

Los asuntos **medioambientales, de sostenibilidad y de gobierno corporativo (ESG)** se basan en la premisa de que las organizaciones públicas y privadas y los individuos tienen compromisos con la sociedad.

Los inversores que tienden a tener un horizonte de inversión a más largo plazo examinan cada vez más las cuestiones empresariales relacionadas con los factores ESG. Por lo tanto, la rentabilidad financiera ya no es la única medida del valor de una empresa ni de una buena inversión de capital.

Las presiones para gestionar y divulgar cuestiones medioambientales y sociales sustanciales para el negocio pueden provenir los principales grupos de interés de las empresas (accionistas, inversores, analistas, reguladores), consejeros, personas físicas y/o jurídicas que actúen por cuenta de sus clientes, la alta dirección y/o empleados. Ellos valoran los beneficios finales, como por ejemplo, ahorro de costes, mayores flujos de ingresos a través de productos innovadores, lo que es una ventaja para atraer, retener y motivar a los empleados, una mejor gestión del riesgo, mejor reputación y fidelidad del cliente.

Consideran cada vez más los efectos finales que estos factores pueden tener sobre los ingresos, los costes, las ofertas de productos, la fidelidad de los clientes y de los empleados, la reputación y las aprobaciones gubernamentales y normativas.

También desean entender si el emisor tiene oportunidades de negocio y ventajas competitivas en relación con las cuestiones medioambientales y sociales. Además,

pueden mirar más allá del emisor y considerar cómo los aspectos medioambientales y sociales pueden afectar a la cadena de suministro del emisor y así influir potencialmente en la reputación y/o la capacidad del emisor para obtener los recursos necesarios con regularidad.

Estos son los principios que subyacen a la inversión responsable, cuyo objetivo último consiste en identificar los riesgos y oportunidades asociados a una empresa o un segmento en particular, lo que mejora el proceso de valoración de activos para integrar la información ESG en las actividades de toma de decisiones de inversión. Los inversores quieren datos pertinentes y de alta calidad para evaluar los riesgos y oportunidades de las empresas en relación con sus competidores.

## ¿Cómo pueden contribuir los mercados de valores a la causa ESG?

Las empresas entienden que el valor accionarial a largo plazo se puede mejorar incluyendo la sostenibilidad en su estrategia a largo plazo e informando de forma completa a los inversores acerca de su desempeño en materia de sostenibilidad. A este respecto, los mercados de valores y las autoridades bursátiles desempeñan un papel fundamental para:

- **Fomentar un mejor gobierno corporativo interno** dentro de las compañías, por ejemplo mejorando la independencia y calidad de los consejos de administración.
- **Consultar a las empresas cómo deben integrar la sostenibilidad** en la adopción de decisiones estratégicas a largo plazo.
- **Compartir sus recomendaciones a las empresas** sobre cuestiones de sostenibilidad, iniciativas globales y otras oportunidades que fomenten la divulgación de factores ESG.

→ **Animar a las empresas a celebrar una votación de accionistas no vinculante** sobre el informe o la estrategia de sostenibilidad.

Otro eje impulsor de la inversión responsable es el creciente suministro de productos y servicios para ayudar a los inversores a gestionar sus carteras y a la vez difundir las mejores prácticas entre las organizaciones empresariales. Los índices de sostenibilidad y los segmentos especiales de cotización de los mercados de valores, así como las empresas de investigación y las agencias de calificación especializadas en ESG, se han expandido de manera exponencial.

## La contribución de BME a la ESG

BME, como operador de la bolsa española, orienta su gestión hacia la obtención de un rendimiento óptimo de todos los activos de que dispone de forma responsable y sostenible. Fruto de esta visión corporativa, desde 2006 BME se ha adherido a diversas iniciativas internacionales de sostenibilidad que contienen compromisos y principios que se suman y complementan a los que emanan de su visión corporativa. Estas iniciativas son las siguientes:

- El Código de Conducta Europeo en materia de Compensación y Liquidación (desde 2006)
- El Proyecto de Divulgación de Carbono (desde 2007)
- El Código de Buenas Prácticas Fiscales (desde 2010)
- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (desde 2011)
- Iniciativa SSE de las Naciones Unidas (desde 2015)

Como consecuencia natural de su compromiso con el desarrollo sostenible, BME profundiza en el conocimiento de su contribución a la sociedad y promueve iniciativas destinadas a garantizar que la sostenibilidad sea parte integral de su de su gestión, productos, servicios y relaciones.

La participación de las partes interesadas, la educación y la información son elementos clave de este esfuerzo. Por otra parte, la promoción de la sostenibilidad corporativa se extiende a toda la alta dirección.

La visión de sostenibilidad de BME se basa en nuestro compromiso con las empresas, los inversores y el resto de partes implicadas en los mercados de valores, incluyendo la sociedad en general. En este sentido, la principal responsabilidad de BME es reforzar atributos clave de un mercado de valores sólido y eficiente: transparencia, integridad, innovación, educación y protección del inversor, especialmente la protección de los inversores particulares. BME también pretende impulsar la sostenibilidad en los mercados a través de proyectos que animen a las empresas a adoptar prácticas empresariales socialmente sostenibles así como a través de la formación, que se considera una piedra angular para el desarrollo sostenible de un de un mercado financiero.

BME, como parte del Grupo SIX, comparte su estrategia de sostenibilidad. De manera individual, además, ofrece productos y servicios directamente ligados a la sostenibilidad, entre ellos los bonos ESG o los índices sostenibles. Cuenta con un centro de formación propio, el Instituto BME, cuyo principal objetivo es promover la educación financiera, y gestiona el Registro Nacional de Derechos de Emisión de Gases de Efecto Inverna-

dero (RENADE). Apoya y promueve distintas iniciativas, eventos y conferencias ligados a la sostenibilidad y es miembro del Observatorio para las Finanzas Sostenibles (OFISO). Además, se ha comprometido a alcanzar la emisión neta cero en 2050.

# Estrategia de sostenibilidad de SIX

SIX desempeña un papel esencial como infraestructura de mercado y proveedor de servicios. Nuestra posición como enlace entre los mercados financieros y las empresas nos permite contribuir a dar forma a la transición hacia una economía sostenible.



Para cada uno de estos pilares, se han definido una serie de metas que pretenden alcanzar el objetivo global de acelerar el cambio hacia un futuro más sostenible a través del apoyo a los participantes del mercado financiero en la asignación de capital y a los compromisos ESG, creando a su vez valor a los clientes y usuarios, el entorno económico, la sociedad y el planeta.



## SIX COMO INFRAESTRUCTURA DE MERCADOS FINANCIEROS

**Simplifica y presta apoyo a la divulgación de los emisores:** SIX es parte integral en la difusión de la armonización sobre los estándares de sostenibilidad en todas sus jurisdicciones.

**Aumenta la transparencia para los inversores:** SIX crea transparencia alrededor de los factores ESG relativos a productos financieros y emisores.



## SIX COMO PROVEEDOR DE PRODUCTOS ESG

**Ayuda a navegar en la jungla:** SIX provee herramientas para navegar en el cambiante entorno relativo a la sostenibilidad abordando las nuevas regulaciones y mejorando su catálogo de productos.

**Avanza en la cadena de valor financiera:** SIX crea nuevos productos y servicios para abordar los objetivos de sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

**Construye una plataforma de sostenibilidad:** SIX construye plataformas que mejoran otras para trabajar los objetivos de sostenibilidad.



## SIX COMO BUEN CIUDADANO CORPORATIVO

**Ser un empleador atractivo:** SIX invierte en favorecer un entorno de trabajo adaptado a una plantilla cada vez más diversa e inclusiva para mantener y retener el talento de sus trabajadores.

**Reducir la huella de carbono:** SIX trabaja para alcanzar una huella de carbono cero antes de 2050.

**Seguir siendo un socio de confianza:** SIX garantiza credibilidad y el cumplimiento de los estándares regulatorios sobre ESG (por ejemplo, es miembro de SBTi).

**Contribuir a la educación financiera:** SIX promueve la educación financiera y el conocimiento, lo que apoya y contribuye a la estabilidad de la economía.

En 2015, BME se unió a la Iniciativa para unos mercados de valores sostenibles, (**Sustainable Stock Exchanges, SSE**), organizada en colaboración con la UNCTAD, el Pacto Mundial de Naciones Unidas, los Principios de Inversión Responsable apoyados por Naciones Unidas y la Iniciativa Financiera del PNUMA. Lanzada en 2009 por el Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon, la Iniciativa SSE es una plataforma de aprendizaje peer-to-peer para explorar cómo las Bolsas, en colaboración con inversores, reguladores y empresas, pueden mejorar la transparencia de las empresas cotizadas - y en última instancia su eficiencia - en materia de gobierno corporativo y responsabilidad social y medioambiental así como fomentar la inversión sostenible.\*

Con el objeto de contribuir a mejorar la información que los emisores proporcionan sobre aspectos ESG de su actividad, la **SSE Initiative** ha creado su propio documento guía conocido como Model Guidance on Reporting ESG Information. El objetivo es que las Bolsas lo utilicen como base para crear su propio modelo de reporting para su uso por las empresas cotizada.

**El Model Guidance on Reporting ESG Information** establece las razones por las que se recomienda a los emisores que informen de aspectos ESG de sus actividades y proporciona una serie de pautas a tener en cuenta a la hora de crear una guía propia.

Basándose en este modelo, BME, al publicar su propia Guía Voluntaria de la Bolsa Española para las Sociedades Cotizadas sobre Información de Sostenibilidad, fortalece su compromiso con el fomento de la sostenibilidad empresarial en España y ofrece ejemplos de actuaciones

parecidas realizadas por otras Bolsas de todo el mundo. La **Guía voluntaria de BME sobre información de sostenibilidad para las sociedades cotizadas**, pretende configurarse como un modelo base o guía para su uso voluntario por aquellas sociedades cotizadas en sus mercados que quieran informar a la comunidad financiera sobre los aspectos medioambientales, de sostenibilidad y gobierno corporativo de su actividad. La guía contiene un conjunto de diez recomendaciones y cinco pasos a seguir, en ningún caso vinculantes, que pueden utilizar las compañías que deseen contar con una guía para informar sobre estos aspectos.

\* Más información en los Informes de Sostenibilidad de BME aquí <https://www.bolsasymercados.es/esp/Informacion-Corporativa/Inf-Economica/Informacion-No-Financiera>

# **DIEZ** RECOMENDACIONES PARA IMPULSAR LA SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA

La carrera por convertir la sostenibilidad en parte de la agenda empresarial no tiene línea de meta. Cada día surgen nuevas exigencias, lo que comporta un proceso de evolución permanente. Por otra parte, aunque algunas cuestiones específicas puedan ser más significativas para determinados sectores económicos, lo cual genera un impacto mayor o menor en el negocio, existe una amplia variedad de criterios básicos que son aplicables a todas las actividades empresariales.

El objetivo de las siguientes recomendaciones es precisamente describir estos criterios y señalar las mejores prácticas para cada uno de ellos con la finalidad de ayudar a las compañías a reflexionar sobre sus prácticas y a encontrar el modo de mejorarlas aún más, independientemente de la fase del proceso de incorporación de la sostenibilidad.

1



**IMPLICAR A LA  
ALTA DIRECCIÓN**

2



**AVERIGUAR QUÉ  
ES NECESARIO CAMBIAR**

3



**INCLUIR A TODOS LOS  
GRUPOS DE INTERÉS**

4



**FIJAR  
PRIORIDADES**

5



**ESTABLECER UNA ESTRUCTURA  
DE APOYO A LAS POLÍTICAS DE  
SOSTENIBILIDAD**

6



**COMPROBAR EL GRADO DE  
IMPLICACIÓN DE LOS NUEVOS  
COMPROMISOS**

7



**COMPROMETERSE  
PÚBLICAMENTE**

8



**DESARROLLAR UNA POLÍTICA  
DE SOSTENIBILIDAD**

9



**AJUSTAR LOS SISTEMAS  
DE GESTIÓN**

10



**INFORMAR SOBRE LOS  
LOGROS Y RETOS**



## 1. IMPLICAR A LA ALTA DIRECCIÓN

Para que la agenda sobre sostenibilidad resulte eficaz y aporte valor a su empresa, la decisión de implementarla debe provenir del **Consejo de Administración**. Es responsabilidad del Consejo aprobar la política de responsabilidad social corporativa que servirá de base para la definición y control de los temas clave y los principales indicadores de rendimiento que reflejen los efectos económicos, medioambientales, sociales y de gobierno de la compañía.

Adoptar la sostenibilidad como una estrategia empresarial conlleva a menudo un cambio de cultura, razón por la que debe ser impulsada por los líderes de la organización. Su trabajo consiste en explicar su importancia y en respaldar todos los ajustes que sean necesarios. Esto significa que la alta dirección necesita establecer la agenda de sostenibilidad y asegurarse de que las organizaciones jerárquicas entiendan y adopten los objetivos fijados y los propósitos acordados. Un ejemplo de ello puede ser si un miembro del consejo es capaz de explicar el enfoque de sostenibilidad de la empresa y sus implicaciones empresariales caso por caso.



## 2. AVERIGUAR QUÉ ES NECESARIO CAMBIAR

Es imprescindible realizar un **diagnóstico de la sostenibilidad**, que detectará las carencias de la compañía y servirá como base para un plan de acción a corto, mediano y largo plazo. Este proceso también precisará las áreas en las que la organización necesita alinearse e identificará las estructuras, los procesos y los sistemas existentes que se deben conservar porque ya son adecuados para la nueva estrategia.

Un buen punto de partida consistiría en evaluar los documentos corporativos, la estructura organizativa y el sistema de gestión. Pero también sería crucial fijarse en áreas más discretas de la cultura de la organización entrevistando a los directivos de todas las áreas y consultando a los grupos de interés.

Hay varias empresas consultoras que se especializan en este tipo de servicio y que ayudan a las compañías a identificar oportunidades y áreas de mejora. Por otro lado, este es un ejercicio que también se puede hacer internamente. Por ejemplo, puede configurarse un comité con representantes de varios departamentos para tratar la agenda de sostenibilidad.

La compañía también puede adherirse voluntariamente a los estándares y compromisos globales del sector o mercado en el que opere. Lo más relevantes es que el diagnóstico y la posición adoptada se conviertan en un ejercicio habitual para la organización.



### 3. INCLUIR A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS

La difusión de información sobre Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad satisface las necesidades de numerosos grupos de interés que tienen **exigencias y expectativas divergentes** en cuanto a temas, así como en lo relativo al formato y la granularidad de los datos. Como subconjunto del grupo de destinatarios general de la sostenibilidad, los inversores y los analistas financieros son participantes económicos con diversas necesidades y expectativas que están interesados principalmente en los factores ESG importantes, es decir, en los que tienen un impacto significativo en el valor de la compañía.

#### Analizar las prioridades de los grupos de interés

Al comprometerse y dialogar con los grupos de interés, la compañía comprenderá mejor cómo sus actividades afectan al medio ambiente y la sociedad. Esto es de gran utilidad para desarrollar maneras de mitigar o compensar los efectos negativos. Un análisis de las preocupaciones y los intereses de los grupos de interés relevantes ayuda a explorar sus expectativas y a adaptarse a los cambios futuros. Mantener el diálogo y el compromiso con los grupos de interés importantes es crucial para efectuar un seguimiento de esas expectativas (cambi-

antes). Permite a la compañía reaccionar a tiempo y adaptar su estrategia corporativa a las necesidades de la sociedad y de los nuevos valores. El diálogo con los grupos de interés también ofrece una guía para identificar el contenido del reporte sobre sostenibilidad.

Las necesidades de los inversores sobre el tipo y el contenido de la información, incluida la manera en la que dicha información se divulga, deben ser decisivas; también deben tenerse en cuenta otros grupos de interés, como los clientes, los reguladores y los representantes de la sociedad civil, en función de su importancia relativa. Los inversores/analistas están interesados en la información de sostenibilidad en relación con los informes financieros de la empresa; la información sobre sostenibilidad es útil para un inversor solo si encaja en otras informaciones estratégicas relevantes para tomar una decisión de inversión, como por ejemplo una evaluación de riesgos y oportunidades.

La divulgación de contenido no debe estar disponible solo bajo demanda. Integrar datos ESG en la información general solo puede aportar valor para los grupos de interés si éstos son conscientes de la existencia de esa información.

Por lo tanto, la información sobre sostenibilidad debe ser una parte integral de la información corporativa general que se notifica por los canales de comunicación corporativos establecidos. Esto debe incluir también las relaciones con los inversores: los responsables de las relaciones con los inversores deben conocer los impulsores económicos, medioambientales y de valores sociales. En el futuro, en las relaciones con los inversores cada vez surgirán más oportunidades (pero también deberemos enfrentarnos a la tarea) de describir el mercado de capitales de la empresa utilizando argumentos del ámbito de ESG. Esto requiere una base de datos fiable, objetivos medibles y cifras comparables.

Este diálogo es una parte esencial del proceso de identificación de cuestiones materiales.

El compromiso y el diálogo deben ser tarea tanto de las unidades de negocio como las corporativas.

Entre las primeras, las partes interesadas suelen ser miembros de la comunidad, proveedores y clientes locales, así como otros agentes regionales. A nivel corporativo se encuentran el Gobierno, los reguladores, los

principales clientes y socios, los representantes de los empleados y contratistas, y la sociedad civil.

La identificación y la priorización de los grupos de interés deben seguir una metodología específica y tener en cuenta:

- > La responsabilidad
- > La influencia
- > La proximidad
- > La dependencia
- > La representatividad

Por supuesto, la organización ya interactúa con los grupos de interés de varias maneras mediante canales como reuniones individuales o en grupo, talleres, conferencias, audiencias públicas, consejos o comités, la negociación colectiva, un centro de defensa y de atención al cliente, etc., por no mencionar las webs de redes sociales. Lo importante es optimizar los canales existentes y aprovecharlos para establecer una estructura más amplia para comprometerse con los grupos de interés, averiguar lo que desean y generar la estrategia y la gestión en función de toda esa información. Estos son algunos ejemplos de las prácticas habitualmente utilizadas por las organizaciones que quieren evolucionar y formar parte de un proceso de compromiso con la sostenibilidad:

- > Encuestas de satisfacción del cliente
- > Evaluación y calificación de los proveedores
- > Encuestas sobre ambiente organizacional
- > Negociación colectiva
- > Reuniones con inversores y analista

### Suministro de fuentes de información de los grupos de interés

La información sobre el perfil de sostenibilidad de una compañía debe estar disponible mediante fuentes públicas: Las agencias de análisis y calificación utilizan datos para evaluar los perfiles de sostenibilidad. En concreto, los inversores institucionales adquieren información sobre sostenibilidad para sus propias herramientas de evaluación. Por lo tanto, cuanto más preciso y actualizado esté el perfil de la compañía, mejor información recibirán los inversores/analistas sobre el desempeño de la sostenibilidad de esa compañía. Así pues, las empresas deben estar familiarizadas con las fuentes de información principales utilizadas por los grupos de interés relevantes del mercado de capitales para obtener información sobre sostenibilidad para tomar sus decisiones de inversión. Las compañías deben priorizar las fuentes y proporcionarlas noticias oportunas y precisas sobre su desempeño de sostenibilidad.

### Panel de expertos

Formar un panel de expertos es una manera más precisa de identificar y priorizar temas relevantes. Los expertos en aspectos de sostenibilidad que son relevantes para la compañía y su sector se reunirán periódicamente para abordar una agenda estructurada bajo la atenta mirada de los altos ejecutivos de la organización. Los expertos deberán ser capaces de reflexionar sobre lo que desean los grupos de interés así como de aportar su visión técnica. Los resultados de estas reuniones deben formar parte de la estrategia empresarial de la organización y servir como brújula para el plan de acción de sostenibilidad.

Para que una estrategia corporativa tenga éxito es imprescindible coordinar toda la organización de manera que todo el mundo disponga de la misma información y trabaje para alcanzar los mismos objetivos.

Esto es aplicable con mayor razón a la implementación de una agenda sobre sostenibilidad. Pero, ¿cómo garantizar esta alineación? Hay que invertir tiempo y recursos en crear una nueva cultura corporativa que refleje los compromisos adquiridos para impulsar la agenda de sostenibilidad.

Para alcanzar este objetivo se pueden poner en marcha varias iniciativas, como desarrollar y mejorar los programas de formación que abordan cuestiones sociales y medioambientales, revisar y difundir el código ético y adaptar los procedimientos de contratación de la empresa para dar prioridad a la selección de aquellos que tengan afinidad con la estrategia.

También se puede sensibilizar a los empleados y otros grupos de interés internos mediante campañas de comunicación que destaquen la urgencia de la agenda de sostenibilidad y su presencia constante en la vida cotidiana de las personas, tanto en el trabajo como en otros lugares.



#### 4. FIJAR PRIORIDADES

El paso posterior al diagnóstico es establecer prioridades, lo cual debe hacerse en función de la relevancia. La **relevancia del contenido** es un factor clave a la hora de informar sobre la sostenibilidad.

Si se ignora el principio de **importancia relativa**, hay riesgo de que se divulgue o bien demasiada información o bien información irrelevante. Ambos supuestos dificultan a los inversores el poder extraer conclusiones sobre los datos de los que se informa. Esta recomendación ayuda a definir y reconocer la importancia relativa.

El concepto de relevancia se utiliza ampliamente en el derecho y la contabilidad, y también se aplica cada vez más a la definición de las agendas y estrategias de sostenibilidad corporativa. Un aspecto se considera relevante cuando tiene un impacto significativo en la rentabilidad financiera y/o la imagen y reputación de una compañía. Dicho de otro modo, un aspecto de sostenibilidad puede considerarse importante cuando es relevante y supone una prioridad para los accionistas, para la viabilidad comercial y/o para la gestión eficaz de la empresa. Normalmente será de ayuda revisar los aspectos e

indicadores GRI, así como a los Suplementos de Sector GRI, donde encontrará una amplia variedad de posibles aspectos de relevancia.

Normalmente, la organización puede identificar de forma eficaz entre cuatro y ocho aspectos de relevancia, pero la cifra varía según el tamaño de la compañía, su sector, su nicho de mercado y su madurez en cuanto al trabajo ya realizado en la agenda de sostenibilidad.

Es importante destacar que los problemas materiales deben identificarse caso por caso y revisarse periódicamente, por ejemplo anualmente o cada dos años.

##### **Doble materialidad**

Los nuevos estándares GRI también introdujeron una “nueva materialidad”, que se basa en el concepto de que las empresas deben centrarse en temas que tienen un impacto significativo en la sociedad y el medio ambiente y no solo en aquellos que son importantes para la propia organización.

De esta manera, se puede apreciar una materialidad financiera, que se centra en el impacto positivo o

negativo que la sostenibilidad puede tener en el negocio debido a factores externos, climáticos o sociales y una materialidad de impacto, que establece la influencia positiva o negativa que una empresa puede tener en las personas, la economía o el medio ambiente.

Es importante destacar que la materialidad dual pone el foco en temas que son trascendentales para la sociedad en su conjunto, mientras que la atención a la cadena de suministro y la alineación con los ODS reflejan una comprensión más amplia del impacto que las empresas tienen en el mundo que las rodea.

##### **Revisión de los aspectos relevantes en los informes**

Al empezar a preparar un informe, las compañías deben tener claros los aspectos relevantes identificados al desarrollar las estrategias y la gestión. No todo lo que se considere importante para la gestión lo será también para el informe, según su legibilidad, y viceversa. Es esencial mantener la brevedad y concisión del informe al abordar los temas más relevantes, ya que esto garantizará que lo lean y que lo entiendan, en especial los inversores y los analistas de mercados. Los problemas secundarios y las explicaciones de-

talladas de las políticas y los procesos más estáticos deben notificarse solo en el sitio web de la compañía y vincularse al informe impreso o a la sección principal del sitio web.

Las tendencias mundiales también apuntan a un uso cada vez más frecuente de diversos tipos de informes, según los destinatarios a los que estén dirigidos por su diseño. Por lo tanto, una compañía puede optar por publicar un **informe anual de sostenibilidad** que se centre en aspectos importantes y complementarlo a lo largo del ejercicio con actualizaciones para demostrar la responsabilidad. Estas declaraciones o informes se pueden adaptar específicamente a las necesidades de las partes interesadas internas, los clientes, los proveedores, las comunidades, el gobierno, etc.

#### **Definición de aspectos de relevancia para la compañía**

La información relevante en la difusión de información corporativa se define como aquellos asuntos que pueden influir en la evaluación de la capacidad de la compañía para crear y sostener el valor o que ya lo hacen. En los informes financieros, la información se considera importante si su omisión o su declaración errónea puede influir

en las decisiones de los usuarios de las cuentas de resultados. En la información sobre sostenibilidad, este ámbito se amplía a los temas y los **indicadores medioambientales, sociales, políticos, jurídicos y comerciales**.

El ámbito, la ponderación y la granularidad de los temas de los que se informa pueden variar debido a las características únicas de cada compañía (p. ej. su modelo de negocio o su entorno operativo), las tendencias específicas del sector y el nivel de desempeño de una compañía en materia de sostenibilidad.

Para identificar información relevante en la amplia gama de temas e indicadores disponibles para los informes de ESG, las compañías deben considerar los criterios siguientes, entre otros:

- › Cuáles son los generadores clave de valor de nuestro proceso empresarial?
- › Cuáles son los aspectos importantes para los grupos de interés relevantes?
- › Cuáles son los factores internos y externos más importantes identificados como de mayor impacto en la generación de valor de la empresa, a corto y largo plazo?

Los factores internos pueden incluir la capacidad de la compañía para responder a condiciones variables; los externos pueden ser políticos, relacionados con el mercado, medioambientales, sociales, tecnológicos o jurídicos. Una vez identificados los temas importantes, la tarea consiste en priorizarlos según la magnitud de su efecto sobre la compañía y la probabilidad de que sucedan, así como en presentarlos consecuentemente en el informe. Por lo tanto, la información no importante debe omitirse.

#### **Uso de un enfoque integrado para publicar información importante**

Para enfatizar la interdependencia de la información financiera y no financiera, debe proporcionarse en un solo documento un conjunto de indicadores clave de rendimiento. Es importante demostrar los vínculos entre la estrategia corporativa de una compañía, su modelo de gobierno y su desempeño social, medioambiental y financiero. En resumen, la información sobre sostenibilidad debe ser un elemento integral de los informes de una compañía, en lugar de un conjunto de datos y objetivos publicados/comunicados aparte de/sin vínculos con el negocio principal de la compañía.



## 5. ESTABLECER UNA ESTRUCTURA DE APOYO A LAS POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD

Equilibrar los resultados económicos, sociales y medioambientales conlleva abordar dilemas y tomar decisiones a largo y corto plazo. Para hacerlo es necesario crear una estructura de gobierno para la sostenibilidad que abarque todos los niveles de la organización.

La cantidad de instancias necesarias para implementar esta agenda, que posibilita el desarrollo de nuevas iniciativas, mejora las prácticas y coordina a toda la organización, dependerá del tamaño de la organización y de cómo esté estructurada. Sin embargo, el Consejo de Administración o la alta dirección, según corresponda, debe tener la **responsabilidad última** de estas decisiones.

Otra recomendación es que se invite a personas ajenas a la organización a asistir a los comités implicados. Puede tratarse de representantes de grupos de interés importantes y/o expertos en la materia. También es muy útil apoyarse en un Comité de Sostenibilidad formado por miembros del Consejo de Administración responsable de desarrollar y supervisar la implementación de la estrategia y las directrices de sostenibilidad previamente definida por el Consejo de

Administración, así como de monitorizar la eficacia de las actuaciones y la adopción de decisiones. Los responsables y directores de departamentos deberán entonces ser responsables de garantizar la ejecución coordinada de las acciones de sostenibilidad establecidas por el órgano de administración, así como del intercambio de información entre departamentos y unidades de negocio.

Según el tamaño de la organización, el facilitador puede ser un profesional del sector o incluso una estructura de sostenibilidad dentro del organigrama de la empresa, y debe tener acceso a los altos directivos, aunque no necesariamente deba informar al primer ejecutivo de la Sociedad. Según el sector y la madurez de la agenda de sostenibilidad de la compañía, el facilitador o el equipo de sostenibilidad suele estar subordinado a uno de los departamentos siguientes:

- > Finanzas/Riesgo
- > Comunicación
- > Recursos Humanos
- > Operaciones
- > Secretaría del Consejo / Asesoría Jurídica



## 6. COMPROBAR EL GRADO DE IMPLICACIÓN DE LOS NUEVOS COMPROMISOS

Al llegar a esta fase se dará del grado de implantación de los nuevos compromisos en materia de sostenibilidad previamente definidos. Introducir la sostenibilidad en la estrategia y la gestión influye sin duda en los objetivos y en las relaciones con los grupos de interés.

Este es un momento excelente para comprobar si la **identidad**, la **misión**, la **visión** y los **valores** de la compañía reflejan sus nuevos compromisos. Si no, puede ser la ocasión adecuada para proponer adaptaciones.



## 7. COMPROMETERSE PÚBLICAMENTE

Una serie de **compromisos colectivos**, que pueden ser generales o sectoriales, también pueden ayudar a su empresa a formular una estrategia de sostenibilidad y desarrollar procesos de gestión en esa dirección, así como a incluirla en una red de aprendizaje y de interacción con los grupos de interés.

Por ejemplo, BME se comprometió públicamente con la sostenibilidad en 2015 con su adhesión a la SSE que promueve la ONU y en 2016, cuando firmó el compromiso de publicar esta Guía Voluntaria.

BME se adhirió en 2011 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que impulsa los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre las empresas para cumplir con la Agenda 2030.



## 8. DESARROLLAR UNA POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

Desarrollar una política de sostenibilidad es un paso clave para convertir estrategias y compromisos en objetivos y directrices de gestión. La política debe enunciar los **objetivos y procedimientos de la organización** en materia de gestión de sostenibilidad para facilitar la planificación y la ejecución de las acciones relevantes por parte de todos los departamentos y las unidades de negocio.

Una buena política es breve y objetiva, y se difunde a todos los grupos de interés, tanto internos como externos, partiendo de los primeros.

Otra opción es aplicar incentivos económicos que incluyan objetivos sociales y medioambientales en los sistemas de evaluación del rendimiento y que tengan un efecto directo en la remuneración variable y en las carreras profesionales de los empleados. Los departamentos y los directivos también deben tener objetivos de sostenibilidad. Estos deben equilibrarse con los objetivos económicos para demostrar que la compañía adopta auténticamente un triple enfoque final.

Todas las iniciativas de esa índole se refuerzan mutuamente y deben desarrollarse con el objetivo común de animar a los empleados de todos los niveles jerárquicos a encontrar y proponer soluciones ajustadas a la sostenibilidad.



## 9. AJUSTAR LOS SISTEMAS DE GESTIÓN

La estrategia de sostenibilidad de una empresa debe estar vinculada a su misión e incorporada en todas las áreas del negocio. Debe especificarse en objetivos resumidos en indicadores que puedan cuantificarse y medirse, lo que permitirá evaluar los impactos generados.

Los Key Performance Indicators (KPI's) son indicadores que permiten medir el resultado de aquellos esfuerzos que las empresas están realizando en temas de sostenibilidad. Estos se definen en función de los objetivos estratégicos de sostenibilidad de la empresa. Los KPIs deben ser objetivos cuantificables, deben ser capaces de emitir informes anuales sobre el progreso y auditar estos resultados, deben ser un esfuerzo para la empresa pero a la vez ser alcanzables y realistas. Finalmente debe ajustarse a un cronograma consistente con las circunstancias.

Dado que la compañía incorpora la sostenibilidad en su estrategia empresarial y su cultura organizativa, necesita adoptar sus compromisos corporativos y sus sistemas de gestión, además de su sistema de **evaluación de rendimiento**, tal como se indica en el apartado anterior.

Por lo tanto, deberán formularse y difundirse nuevas políticas corporativas para las áreas relevantes. Entre éstas se incluyen una **Política de Sostenibilidad** –mencionada previamente– (que puede sustituir y ampliar las políticas existentes sobre medio ambiente, cambio climático y sociedad), una **Política de Activos Intangibles** y una **Política de Riesgos** (que incluya los riesgos normativos y de imagen), entre otras. Además de establecer nuevas políticas, también es clave adaptar las ya existentes para integrar los criterios ESG (por ejemplo, políticas de viajes ya existentes y políticas de abastecimiento). Estas políticas requieren sistemas de gestión para supervisar su implementación mediante procesos y procedimientos, y seleccionando y computando los indicadores adecuados.

Los procesos y los procedimientos son importantes en esta fase del desarrollo de estrategias, porque garantizan que los compromisos adoptados se integren en las vidas cotidianas de los empleados, e incluso las de terceros si se considera necesario.

También tienden a institucionalizar y reforzar políticas corporativas, lo que fortalece la cultura de la organización en el ámbito de la sostenibilidad y reduce el riesgo de incumplimiento.

Los indicadores suele sugerirlos el “facilitador de sostenibilidad” de la compañía tras consultar a todos los departamentos y las unidades de negocio principales. Deben computarse tanto para la organización en su conjunto como para operaciones y actividades específicas.

Debe realizarse un seguimiento de los indicadores no solo en el nivel operativo, sino también en el de gerencia. Y éstos se deben notificar periódicamente al Consejo de Administración (al menos una vez al año).

Las compañías que se están iniciando en este proceso encontrarán en los indicadores GRI una importante fuente de información.



## 10. INFORMAR SOBRE LOS LOGROS Y RETOS

Para ganarse la confianza de las partes interesadas debe actuar con transparencia. Y la mejor manera de demostrar transparencia y responsabilidad es **publicar informes**.

Las compañías cotizadas en Bolsa deben publicar informes anuales de gestión y presentarlos al supervisor de los mercados. Estos informes se centran en el rendimiento financiero de la compañía del ejercicio anterior. Por otra parte, cada vez más organizaciones publican informes de sostenibilidad con información detallada sobre rendimiento no financiero, en especial ESG. Estas publicaciones son útiles herramientas para el compromiso de los grupos de interés y para una mayor responsabilidad social, pero también pueden utilizarse como herramientas de administración que ayudan a la organización a supervisar e informar sobre indicadores, así como a articular de forma sólida la estrategia de sostenibilidad, gobierno y gestión.

Sin embargo, cada vez son más importantes los informes integrados. Estos presentan resultados económicos, sociales y medioambientales con un formato global, e idealmente reflejan una estrategia unificada.

### Principios para la elaboración de informes

Para hacer que los informes sean creíbles y eficaces como medio para garantizar su difusión a los grupos de interés de conformidad con los estándares esperados de transparencia y responsabilidad, y como una herramienta para la gestión interna, se deben seguir las directrices aceptadas internacionalmente desarrolladas por GRI. A continuación se presentan algunas de las más importantes.

#### ↳ Equilibrio

El informe debe ser equilibrado y presentar hechos positivos y negativos sobre la compañía. Resaltar los desafíos surgidos durante el año es positivo porque es una demostración de transparencia por parte de la organización.

#### ↳ Comparabilidad

Los temas y los indicadores presentados deben permitir analizar el desempeño año por año y compararlo con los estándares de mercado y con compañías del mismo sector. El lector debe ser capaz de entender el contexto de la información.

#### ↳ Fiabilidad

El proceso de recogida de información hasta la publicación del informe debe ser coherente y permitir una consulta simple y tal vez un proceso de verificación externo.

#### ↳ Precisión

La información proporcionada debe ser suficientemente precisa y detallada como para permitir a las partes interesadas evaluar con ecuanimidad el desempeño de la compañía. El uso de estimaciones debe señalarse debidamente, y sus premisas se deben explicar.



# CINCO PASOS DE MEJORES PRÁCTICAS

Como complemento para las diez recomendaciones antes expuestas, animamos a los emisores a aplicar cinco pasos prácticos para la elaboración de informes sobre sostenibilidad corporativa que pueden resultar de utilidad. Los cinco casos prácticos que están diseñados para ayudar a las compañías a desarrollar informes corporativos más completos e integrados con el objetivo de lograr una comunicación eficaz sobre los mercados de capitales. Estos se dividen en dos apartados: los tres primeros abordan la divulgación de contenidos (sobre qué informar), mientras que los otros dos hacen referencia a los principios de elaboración de informes (cómo informar).

Igual que con las diez recomendaciones, de estos pasos no se derivan obligaciones formales. No están pensados para constituir nuevos procedimientos obligatorios para la comunicación sobre mercados de capitales que se aplican a los emisores cotizados en las infraestructuras de mercado de BME. En lugar de ello, deben interpretarse como una herramienta útil para alinear el complejo aspecto de la sostenibilidad con los requisitos concretos de información de los inversores/analistas teniendo en cuenta las restricciones de capacidad a nivel corporativo.

1.



Concentrarse en unos pocos indicadores clave explicar el vínculo entre la información no financiera y el rendimiento financiero

2.



Centrarse en un método de "riesgo y rentabilidad"

3.



Priorizar los datos cuantitativos

4.



Apoyarse en estándares nacionales y internacionales

5.



Prestar atención a la presentación

# 1.

## Concentrarse en unos pocos indicadores clave explicar el vínculo entre la información no financiera y el rendimiento financiero

Al elaborar informes, las compañías deben concentrarse en una cantidad reducida de criterios de control contable/financiero de la gestión. Estos deben ser relevantes para la dirección, estar vinculados a la estrategia corporativa e ilustrar el impacto de los factores que promueven el ESG sobre los resultados financieros de la compañía. También deben apoyarse en una descripción clara.

La consideración y/o priorización de los indicadores clave de rendimiento (KPI, por sus siglas en inglés) por parte de la dirección resaltarán los atractivos exclusivos de la empresa.

Con la aparición de los informes integrados (la combinación inteligente de informes financieros y de sostenibilidad), las compañías evalúan la relación entre los datos no financieros (incl. ESG) y la rentabilidad financiera. Cuanto más se centren las empresas en una cantidad reducida de vínculos claros entre la información financiera y la no financiera y traten de describir cómo los factores ESG impulsan el valor, más se ajustarán a los objetivos de los inversores los aspectos de ESG.



## 2.

# Centrarse en un método de “riesgo y rentabilidad” rendimiento financiero

Los análisis de la compañía realizados por la comunidad inversora tienen en cuenta y se basan no solo en la información financiera clave y los méritos económicos, sino también en la calidad del contenido relacionado con ESG. Las compañías deben proporcionar información fiable sobre los componentes importantes de la aportación de valor (financiero y no financiero) y las interdependencias cruciales entre ellas, además de sobre cómo se integran esos factores en la estrategia, el gobierno y las operaciones de una compañía. Tomarse en serio esta responsabilidad exige comprender los riesgos y oportunidades creados por los asuntos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo.

### Comunique la gestión y reducción eficaz del riesgo

Cuando prestan atención a las cuestiones importantes para diversos grupos de interés, las compañías están más preparadas para prever riesgos futuros y gestionarlos cuando se producen.

La gestión del riesgo, ya sea medioambiental, social u operativo, debe ser un elemento integral de las operaciones empresariales como una parte normal de la cultura del negocio y del riesgo. Por lo tanto, los sistemas y las políticas deben aplicarse en todas las operaciones.

Unas prácticas empresariales sensatas pueden mejorar el rendimiento y reducir el coste de la financiación externa. Por contra, un suceso negativo relacionado

con ESG podría significar no solo un periodo sostenido de bajo rendimiento y de más altos costes de la financiación externa, sino que también podría dañar la reputación, exigir cambios en los altos directivos y provocar una actividad más reguladora, o incluso una absorción de la compañía.

Una empresa actúa de forma responsable cuando está preparada para medir y gestionar su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Además, hay varios vínculos entre el buen gobierno y un rendimiento de valor positivo: la mayor transparencia mejora la confianza de los inversores e influye positivamente en las valoraciones.

Una cultura responsable y basada en los resultados, adoptada por la alta dirección, así como una supervisión más estricta por parte del Consejo, pueden ayudar a evitar una serie de decisiones estratégicas desfavorables, como adquisiciones demasiado costosas, diversificación deficiente o cortoplacismo en la gestión.

### Comunique las oportunidades de negocio relacionadas con la sostenibilidad

Las compañías se enfrentan a una gran variedad de tendencias empresariales desafiantes, p. ej. la escasez de recursos naturales, nuevas normativas, los efectos de la innovación y las nuevas tecnologías, etc. Estas exigen nuevas soluciones y por lo tanto productos y servicios

innovadores que cubran los retos societarios y que puedan así sentar las bases del crecimiento futuro.

Estas innovaciones relacionadas con la sostenibilidad pueden representar propuestas de venta únicas y deben comunicarse consecuentemente. Entre otras cosas, gestionar adecuadamente los asuntos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo refuerza el posicionamiento industrial de una compañía y el rendimiento del capital. Las prácticas de sostenibilidad, por lo tanto, se convierten en fundamentales para seguir siendo competitivos en el futuro.

### Resalte medidas para reducir riesgos y aprovechar oportunidades

Las prácticas empresariales responsables no solo facilitan la reducción de riesgos sino que también contribuyen positivamente al rendimiento operativo y del precio de las acciones. Por ello, las actuaciones realizadas para mejorar el rendimiento de la compañía son fundamentales para evaluar el aumento potencial de los beneficios de la compañía a corto, medio y largo plazo.

Algunos ejemplos de estas medidas son: adecuarse a las necesidades del cliente, aumentar la innovación en los productos, atraer y retener mano de obra cualificada, aumentar la productividad, reducir los efectos negativos en el medio ambiente, garantizar recursos naturales clave limitados, aplicar en toda la cadena de valor condiciones laborales éticas aceptadas mundialmente, etc. Además, las políticas, los programas de formación y las actividades orientadas a la reducción de riesgos –por ejemplo una política contra la corrupción, programas de denuncia interna, buenas relaciones con los empleados, la supervisión de la cadena de valor para asuntos medioambientales y sociales clave, etc.– pueden suponer un menor coste de la deuda y una mayor calificación crediticia.

En definitiva, un mayor rendimiento, mayores beneficios, menores riesgos y un menor coste del capital deberían tener como consecuencia una mayor valoración de la compañía y un mejor perfil de riesgo/beneficio.

Los proveedores de capital evalúan el atractivo de una inversión en función de la calidad de la gestión, que en líneas generales se refleja en la calidad de la información corporativa divulgada por la compañía. Por lo tanto, en última instancia es responsabilidad de la propia compañía resaltar el valor financiero de su estrategia de sostenibilidad. Cuanto mayor es la calidad de la información, más fácilmente puede apreciarla el mercado, lo que a su vez implica un beneficio ajustado a riesgo más favorable en las acciones de la compañía.



# 3.

## Priorizar los datos cuantitativos

Todo el contenido debe presentarse de manera que cubra las exigencias de los inversores/analistas.

Su estructura debe ser clara, y la organización del informe debe ser amplia, por ejemplo proporcionando información en un resumen ejecutivo con mensajes clave enunciados en forma de tabla o en viñetas.

### Complemente los indicadores clave de rendimiento con información contextual relevante

Los datos cuantitativos son mejores que los cualitativos porque se pueden comparar con datos parecidos de otras organizaciones. Si es posible, la información relacionada con la sostenibilidad debe presentarse con el mismo formato que la información financiera tradicional. Por lo tanto, los emisores deben tratar de “simplificar” la realidad esforzándose por proporcionar datos contrastados, objetivos y numéricos, teniendo en cuenta que al abordar la sostenibilidad como un tema de inversión se debe aplicar el lenguaje de los mercados financieros.

Los inversores/analistas orientados a la sostenibilidad aprecian las tablas o los gráficos bien organizados que indiquen el desempeño ESG de la compañía. En caso necesario, éstos deberán complementarse con una explicación redactada de los motivos por los que algunos indicadores clave de rendimiento han aumentado o

disminuido, y de si eso es positivo o negativo, así como con una indicación del desempeño futuro previsto. Procure que ese texto será lo más breve y simple posible.

### Sea tan concreto como le sea posible

Los criterios que se consideran más útiles en la divulgación de información sobre sostenibilidad corporativa son los que cuantifican el impacto financiero, miden las oportunidades y los riesgos de negocio y son transparentes sobre la metodología de cálculo. Si una empresa se enfrenta a otras cuestiones más difíciles de cuantificar, la información sobre las actividades o acciones de mitigación diseñada para aprovechar nuevas oportunidades sería también una manera alternativa de mejorar la difusión de información.

### Proporcione información económica sobre el desempeño ESG si es posible

Algunas iniciativas de sostenibilidad representan una inversión a largo plazo por parte de una compañía, y puede resultar difícil medir sus efectos inmediatos en términos económicos. Sin embargo, siempre hay un argumento comercial para la sostenibilidad. Se puede explorar vinculando los aspectos ESG a la perspectiva financiera (fundamental) y viceversa. Siempre que sea posible, explique cómo el desempeño ESG y la rentabilidad financiera se influyen mutuamente.

### Defina objetivos ESG medibles y específicos

En sus informes anuales, las empresas deben definir objetivos medibles utilizando tanto datos absolutos (p. ej. el total de toneladas de CO2 al año) como ratios (p. ej. kilogramos de CO2 por kilómetro y pasajero) para sus asuntos relevantes. También los objetivos vinculan la perspectiva de ESG con la dimensión económica de la sostenibilidad (p. ej. los productos relacionados con la sostenibilidad como porcentaje del total de ventas). En general, los objetivos de sostenibilidad deben mostrar un claro vínculo con la optimización del valor para los grupos de interés y a la vez ser coherentes con la estrategia a largo plazo de la compañía.

Lo ideal es que, para aumentar la credibilidad de los objetivos, se vincule a los sistemas de recompensa de gestión los criterios de sostenibilidad adecuados. Lo ideal sería que fuera resultado de un proceso de planificación estratégica, de modo que la sostenibilidad se incluya en la agenda de la organización. Su objetivo debe ir siempre más allá del cumplimiento de la ley y alcanzar también el desarrollo de nuevos negocios.

### Proporcione una previsión y aborde los desafíos y las oportunidades

Los inversores no solo están interesados en el rendimiento anterior sino también en el pronóstico de futuro, en especial en cuanto a las tendencias previstas del sector y a las estrategias corporativas para enfrentarse a los próximos desafíos. Los criterios futuros de sostenibilidad desempeñan un papel crucial en los informes. Los inversores esperan que las empresas ofrezcan información sobre cómo tienen previsto sostener y generar valor de medio a largo plazo en su estrategia corporativa.

Como parte de este ejercicio, las compañías deben intentar evaluar el impacto que las tendencias de su sector y del mercado tendrán el futuro de su desempeño en materia de sostenibilidad.

Las compañías también deben evaluar los riesgos que asumen al abordar sus objetivos de sostenibilidad. Esta información debe de incluir la descripción de cada riesgo y las medidas adoptadas para mitigarlos.

### ESG Ratings

Las agencias de clasificación ESG desempeñan un papel esencial en la medición de la sostenibilidad, pero también los riesgos financieros/materiales, y las buenas/malas prácticas comerciales. Las clasificaciones ESG (como las de MSCI, Sustainalytics, S&P Global, CDP...) también son relevantes para los inversores/analistas y las empresas cotizadas. Conocer sus cuestionarios o temas claves, también ayuda a las empresas cotizadas a desarrollar aún más su enfoque de sostenibilidad y los informes corporativos de sostenibilidad.

# 4.

## Apoyarse en estándares nacionales y internacionales

Normalmente, los cinco pasos de esta guía son aplicables a cualquier estándar existente, ya que confirman la perspectiva del mercado de capitales. Por ello, en la guía se describe cómo utilizar con mayor eficacia los estándares/las directrices/los marcos existentes de elaboración de informes.

### Bátese en marcos ampliamente reconocidos

Hay diversos estándares que rigen los informes de sostenibilidad disponibles en el mercado, y las compañías deben decidir cuáles se adaptan mejor a sus necesidades empresariales. Como consecuencia, en la actualidad resulta algo difícil realizar comparaciones. Lo positivo es que esto significa que hay mucha flexibilidad para las compañías. Sin embargo, para facilitar que los inversores realicen evaluaciones, es útil basarse en estándares de reconocimiento internacional o nacional para conseguir que los indicadores clave de rendimiento de los que se informe sean tan comparables como sea posible.

Utilizar estándares tiene una gran ventaja. Proporcionan a las compañías una orientación inicial sobre qué datos se deben publicar, en función de un consenso que se ha alcanzado en años de debate en foros internacionales con múltiples participantes. Dicho marco puede servir como preparación/instrucciones útiles para implicar a otros departamentos/colegas en el desarrollo de informes corporativos más integrales.

### Presente temas relevantes según las prácticas habituales del mercado

Muchos inversores, y sus proveedores de servicios, utilizan sus propios criterios y cuestionarios de evaluación. Por lo tanto, pese a la existencia de estándares para la elaboración de informes, las compañías aún deben formular y publicar indicadores clave de rendimiento propios que sean relevantes para su sector específico y su estrategia corporativa. Incluso dentro de los estándares, cada vez se reconoce más que la relevancia de la información difiere de unos sectores a otros, y que la divulgación de información no importante no tiene un valor añadido, al menos para los inversores/analistas.

Por lo tanto, un estándar se vería como una orientación general que una empresa revisaría minuciosamente para facilitar la identificación y la priorización de temas importantes, además de para tomar decisiones sobre cómo los indicadores clave de rendimiento relevantes y el uso de la divulgación de información refleja mejor sus retos específicos de sector y su estrategia corporativa.

### Estándares internacionales

La Global Reporting Initiative (GRI) es una organización internacional independiente que ofrece a las empresas un lenguaje común global para comunicar sus impactos. Proporciona el conjunto de normas más utilizado en el mundo para la elaboración de informes de sostenibilidad: las Normas GRI. (<https://www.globalreporting.org/>)

El Consejo de Normas de Contabilidad de la Sostenibilidad (SASB, por sus siglas en inglés) es un marco de orientación ESG que establece normas para la divulgación de información de sostenibilidad financieramente relevante por parte de las empresas a sus inversores. Las Normas identifican el subconjunto de cuestiones más relevantes para los resultados financieros de cada sector. Esta norma de información estadounidense puede ser útil para las empresas que informan de acuerdo con el formulario 20-F. (<https://www.sasb.org/>)

Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD): El TCFD es un grupo liderado por la industria creado en 2015 por el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB) del G20. Ayuda a los inversores a comprender su exposición financiera al riesgo climático y colabora con las empresas para divulgar esta información de forma clara y coherente. (<https://www.fsb-tcfd.org/>)

El Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC, por sus siglas en inglés) ha creado un marco que trata de integrar las métricas de rendimiento de sostenibilidad y las métricas financieras “tradicionales” en una única divulgación corporativa. No hay segregación de lo no financiero. (<https://www.integratedreporting.org/>)

Además de los mencionados, existen otras referencias, como European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), Climate Disclosure Standards Boards (CDSB), Carbon Disclosure Project (CDP) o ICMA (Green Bonds Principles), entre otros.

#### Requisitos de sostenibilidad de la UE: NFRD se convertirá en CSRD

La Directiva sobre información no financiera (NFRD) está en vigor desde 2018 y obliga a las grandes empresas de la UE a divulgar información sobre cómo abordan y abordan los retos sociales y medioambientales. De acuerdo con la NFRD, deben divulgar información sobre los siguientes puntos:

- 1.Aspectos medioambientales
- 2.Aspectos sociales y trato de los empleados
- 3.Respeto de los derechos humanos
- 4.la lucha contra el soborno y la corrupción, así como

5.diversidad en los órganos de gobierno corporativos (con respecto a la edad, el género, la educación y los antecedentes profesionales)

Una nueva directiva regirá los informes de sostenibilidad de las empresas a partir de 2024, la “Directiva de informes de sostenibilidad corporativa”, abreviada como CSRD. CSRD actualizará los reglamentos existentes y armonizará la Iniciativa de la UE para las Finanzas Sostenibles. Destacan dos puntos, en particular: en primer lugar, las empresas estarán obligadas a someterse a una auditoría externa. Esto significa que, según la legislación de la UE, una empresa está obligada a que su información sobre sostenibilidad sea auditada por una entidad externa. Esto servirá para aumentar la credibilidad de la información reportada. El segundo punto se refiere a las normas de presentación de informes. Se aplicarán nuevas normas obligatorias de la UE a la presentación de informes.

La CDS garantizará la coherencia con otras iniciativas de la UE para las finanzas sostenibles, el SFDR y el Reglamento sobre taxonomía (taxonomía), que son los principales pilares del paquete de medidas para aplicar el plan de acción de la UE para las finanzas sostenibles y el Pacto Verde Europeo.

# 5.

## Prestar atención a la presentación

En cuanto a la práctica existente de elaboración de informes corporativos, presentar de forma coherente (y combinada) la información financiera y no financiera en lugar de publicar un informe de sostenibilidad separado parece ser una solución eficaz, ya que ofrece al inversor/analista una amplia fuente de información.

### Formas de presentación

Tras identificar los aspectos importantes de sostenibilidad y los indicadores relevantes, así como la información contextual que es necesario comunicar (por ejemplo los datos de referencia), la siguiente cuestión que se plantea es la de la presentación. Los inversores y analistas centrados en los indicadores clave de rendimiento financiero preferirán que la información ESG se presente en un formato compacto y claramente organizado (en una tabla). Lo ideal sería proporcionarla simultáneamente con la información financiera (estándar) resaltando las interdependencias.

### Explique los cambios en la selección o el desarrollo de los indicadores clave de rendimiento

Para las compañías resulta esencial demostrar la aplicación de una metodología clara y sólida para cualquier tipo de informe corporativo (financiero, de sostenibilidad o integrado). Los indicadores clave de rendimiento deben definirse, reunirse y divulgarse con solidez. Deben ayudar a las partes interesadas a analizar los cambios en el desempeño de sostenibilidad a lo largo del tiempo y permitir una evaluación en comparación con los homólogos de la compañía.

Sin embargo, si se perfecciona una metodología, los cambios se deben presentar de manera que los inversores aún puedan realizar comparaciones con los años anteriores, es decir, las compañías deben exponer, cuando sea posible, la información actual junto con los datos históricos (o viceversa). Del mismo modo, si una compañía presenta nuevos indicadores clave de rendimiento o abandona los anteriores, debe informar de las razones para hacerlo y aclarar la ventaja para los grupos de interés.



# Conclusión

Los aspectos importantes de ESG en la comunicación de los mercados de capitales forman parte esencial de las decisiones actuales de inversión. Por una parte, porque una imagen más completa de una compañía ayuda a evaluar su perfil de riesgo actual e indica cómo se prepara para mitigar riesgos futuros. Por otra parte, porque comunicar de forma activa las cifras clave y las oportunidades empresariales relacionadas con la sostenibilidad, y cómo estas se traducen en una ventaja competitiva única, mejora el reconocimiento de los puntos fuertes y la competitividad de la empresa. Asimismo, todo ello permite a los inversores y los analistas obtener una evaluación más precisa y sólida de una compañía y su perfil de riesgo y rentabilidad. Además, ofrece argumentos adicionales para invertir en la compañía y aumenta la confianza y la seguridad. La divulgación de la sostenibilidad tiende a convertirse en un principio básico para la comunicación corporativa de última generación, lo cual proporciona una presencia equilibrada en el mercado de capitales.

Las diez recomendaciones, incluidos los cinco ejemplos de mejores prácticas, ilustran un enfoque que tiene por objetivo conseguir unos informes corporativos más integrales utilizando recursos limitados que en efecto cubran las necesidades de los mercados de capitales.

El desafío consiste en:

- identificar una reducida cantidad de indicadores clave de rendimiento que sean relevantes para la gestión y la evaluación;
- idealmente, presentarlos con criterios cuantitativos, proporcionando un contexto relevante, e ilustrando las interdependencias entre los datos financieros y la información de ESG, así como con los informes financieros; y
- omitir sistemáticamente la información que no sea importante (y que simplemente ocultaría mensajes clave y/o confundiría a los inversores y los analistas).

La Guía está diseñada para ayudar a los emisores a proporcionar a los inversores y los analistas esta información con eficacia y, al hacerlo, permitir que se tomen decisiones de inversión mejor informadas.

Bolsas y Mercados Españoles  
Plaza de la Lealtad 1  
Madrid