TÍTULO: LA SOSTENIBILIDAD Y EL ROL DEL SECTOR PRIVADO
AUTOR/ES: Rodríguez de Ramírez, Ma. del Carmen
PUBLICACIÓN: Profesional y Empresaria (D&G)
TOMO/BOLETÍN: XV
PÁGINA: 495
MES: Mayo
AÑO: 2014
OTROS DATOS: -

MA. DEL CARMEN RODRÍGUEZ DE RAMÍREZ

LA SOSTENIBILIDAD Y EL ROL DEL SECTOR PRIVADO

A solo un año de 2015, fecha en que se cumplirán los plazos impuestos por los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la autora sintetiza dos informes que se ocupan del rol que le cabe al sector privado en el desarrollo de negocios sostenibles: "Arquitectos de un mundo mejor", del Pacto Global de Naciones Unidas y Accenture; y "Cambiando el apeo (sostén)", realizado por Sustainability. También realiza una reseña sobre los avances que se han producido a partir de la iniciativa Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas y el rol de los inversores institucionales.

EL INFORME DEL PACTO GLOBAL Y ACCENTURE: LAS PERSPECTIVAS DE LOS CEOS SOBRE EL ROL DE LOS NEGOCIOS EN EL DESARROLLO DE UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE

A pesar del importante avance que representa que el Pacto Global cuente en la actualidad con más de 8000 empresas[(1)] en el mundo, marcando una diferencia sustancial con su composición en 2007, en que se realizó el primer estudio de estas características sobre las percepciones de los CEOs -lo que indica que la sostenibilidad se ha ido imponiendo en la agenda de los negocios líderes-, hay coincidencia en que se ha llegado a una situación de amesetamiento en lo relativo a los avances vinculados con cuestiones de sostenibilidad.

A continuación sintetizamos los puntos más salientes del estudio:

* Solo un 32% de los CEOs considera que la economía global transita por buen camino para hacer frente a las demandas de una población en aumento con restricciones ambientales y de recursos.

* Solo un 33% de los CEOs cree que los negocios están haciendo lo suficiente para enfrentar los desafíos globales que presenta la sostenibilidad.

Aunque un 63% de los CEOs tiene expectativas de que la sostenibilidad transforme su sector dentro de los próximos cinco años (y un 76% cree que la introducción de la sostenibilidad en los negocios centrales impulsará el crecimiento de los ingresos y las nuevas oportunidades), subyace en las entrevistas en profundidad un sentido de frustración. En muchos casos, manifiestan que no pueden localizar y cuantificar el valor de negocio generado por la sostenibilidad y están luchando para que el "caso de negocios" para la misma adquiera escala, pero se encuentran frente a un mercado que dificulta sus esfuerzos y, en vista de los incentivos y demandas del mismo, consideran haber llevado a sus compañías lo más lejos posible.

Si bien un 93% considera que la sostenibilidad es clave para el éxito, mientras en el estudio de 2010 un 54% consideraba que sería "muy importante" para el futuro éxito de sus negocios, en 2013 este porcentaje cayó a 45%.

Parece haber un redireccionamiento en las empresas globales hacia los temas de corto plazo más cercanos geográficamente. Unas máximas a considerar para el éxito de sus negocios, seguidas de "educación", con un 40%, y energía, con un 39%, 64% de los CEOs seleccionaron "crecimiento y empleo" como sus prioridades.

Mientras un 76% se encuentra satisfecho con el ritmo y efectividad de ejecución de la estrategia de sostenibilidad de su empresa, dos tercios creen que están haciendo lo suficiente para encarar los desafíos. Si bien reconocen la escala de los desafíos globales, pueden no estar advirtiendo la urgencia o el incentivo para que sus propias empresas hagan más y tengan mayor impacto. Esta desconexión sugiere que persiste una brecha entre el enfoque de la sostenibilidad que sigue la mayoría de las empresas globalmente -centrado en la filantropía, el cumplimiento, la mitigación y la obtención de licencia para operar- y el que están adoptando las empresas líderes, centrado en la innovación, el crecimiento y las nuevas fuentes de valor.

El mercado es un factor que tiene influencia en el enfoque de los CEOs sobre sostenibilidad, lo que indica que han comenzado a anclar la sostenibilidad en caso de negocios: un 69% señala marca, confianza y reputación como motivadores, en tanto un 59% considera el potencial para crecimiento de ingresos y reducción de costos y un 47%, la demanda de los consumidores.

Un 37% (en comparación con un 18% en la encuesta de 2007 y un 30% en la de 2010) indica que un factor determinante para no desarrollar acciones más rápidas con relación a la sostenibilidad es la inexistencia de un vínculo claro entre la misma y la creación del valor de los negocios. Solo el 57% de los CEOs informa que podrían plantear en detalle su estrategia para aprovechar las oportunidades que les presenta la sostenibilidad en los próximos cinco años, y solo un 38% indica que actualmente les resulta posible cuantificar el valor de negocios proporcionado por sus iniciativas al respecto.

Un 84% considera que los negocios deberían liderar los esfuerzos dentro de nuevos sistemas basados en la colaboración.

Un 85% demanda mayor intervención gubernamental con políticas más claras y señales de mercado que apoyen el crecimiento verde y un 81% enfatiza la necesidad de que los gobiernos establezcan un marco político global para "un desarrollo económico dentro de los límites de restricciones ambientales y de recursos que impone el planeta". Solo de esa forma la sostenibilidad puede moverse de "avances incrementales esporádicos a un impacto transformador colectivo".

Se identificaron los siete temas que se incluyen en el Cuadro a continuación como aquellos que permiten que las empresas líderes logren al mismo tiempo crear valor y generar un impacto positivo en los desafíos que propone la sostenibilidad:

1. Realismo y contexto. Comprender la importancia del desafío y la oportunidad	Las empresas que comprenden los desafíos pueden apreciar las oportunidades para el crecimiento futuro proporcionando soluciones a temas de sostenibilidad y estableciendo estrategias para lograrlo.
2. Crecimiento y diferenciación. Convertir a la sostenibilidad en una ventaja y en creación de valor	En lugar de reaccionar ante las expectativas externas de sostenibilidad y centrarse en la mitigación, considerar las oportunidades para diferenciar sus productos y servicios, acceder a nuevas regiones y segmentos de mercados y crecer en otras regiones, países y áreas en donde sus productos respondan a necesidades apremiantes.
3. Valor y desempeño. Lo que se mide se administra	No circunscribirse a las mediciones de reducción y mitigación sino cuantificar el valor para la empresa de las iniciativas de sostenibilidad y de modelos de negocios más sostenibles y monitorear su impacto en las comunidades en donde se opera.
4. Tecnología e innovación. Nuevos modelos para el éxito.	Las empresas líderes están aprovechando las nuevas demandas debidas a las restricciones ambientales y de recursos y a las necesidades sociales para crear nuevos productos y servicios, invirtiendo en investigación y desarrollo y en utilización de nuevas tecnologías.
5. Asociaciones y colaboración. Nuevos desafíos, nuevas soluciones.	Los negocios pueden liderar y maximizar el impacto a través de asociaciones con los gobiernos, los diseñadores de políticas, los pares del sector, los consumidores y las ONGs.
6. Compromiso y diálogo. Ampliando las conversaciones.	Los líderes de negocios comprenden la necesidad de establecer un diálogo constructivo de ida y vuelta con los consumidores y las comunidades locales, los reguladores y los diseñadores de políticas, los inversores y accionistas, los empleados y los sindicatos, involucrando activamente a los stakeholders para determinar el rol de sus negocios al enfrentar los desafíos globales.
7. Defensa de causas y liderazgo. Dando forma a los futuros sistemas.	Para liderar el camino es preciso diseñar soluciones colaborativas con los gobiernos y otros stakeholders y la defensa de causa por parte de los líderes y su compromiso público juega un papel fundamental.

Fuente: Traducción y resumen de los siete temas identificados en el Informe de UN Global Compact y Accenture (2013).

Es interesante la observación respecto a que la mayoría de las empresas que se refieren a la creación de valor tangible a través de la sostenibilidad son aquellas que han sido capaces de encarar cuestiones relacionadas con la eficiencia de recursos para sus consumidores y clientes proporcionando, por ejemplo, soluciones de eficiencia energética para los edificios y mayor eficiencia en el uso de agua, por lo que han podido construir un caso de negocios cuantificable "vendiendo" esas soluciones. Son los líderes de negocios quienes indican que es preciso avanzar con innovación más allá de este tipo de cuestiones pues "en el contexto de los desafíos globales, las acciones que pueden justificarse a través de un retorno de corto plazo fácilmente cuantificable no alcanzan para contribuir a la sostenibilidad global". En palabras de un líder del sector de consumo masivo:

Most business see the world from their vantage point, so the Millenium Development Goals are not directly translated into a business model that you can take to de Street.

Que traducimos:

La mayoría de los negocios mira al mundo desde su propio punto de vista, por lo que los Objetivos de Desarrollo del Milenio no resultan directamente traducibles a un modelo que se pueda llevar a Wall Street (UN Global Compact y Accenture, 2013:38).

Para poder contribuir a estos desafíos globales más abarcativos es preciso que las empresas comprendan y colaboren con tres grupos principales de stakeholders: los consumidores, los inversores y los gobiernos.

Si bien la sostenibilidad es muy importante para generar confianza en los consumidores, los CEOs son escépticos respecto a que los mismos (salvo un pequeño segmento de consumidores éticos) estén dispuestos a priorizar la sostenibilidad sobre los diferenciadores tradicionales como el precio, la calidad y la disponibilidad.

Si bien un 67% de los CEOs considera que los inversores incluyen en sus valuaciones como una condición integral para el progreso mediciones de sostenibilidad y desempeño, solo un 31% cree que la cotización de las acciones de su empresa pueda atribuirse en la actualidad directamente a iniciativas de sostenibilidad y apenas un 12% indica que la presión de los inversores y accionistas los motiva a invertir en sostenibilidad (UN *Global Compact & Accenture, 2013:43).*

El estudio concluye que para hacer frente a los desafíos que impone una población mundial en crecimiento y un planeta aquejado por el calentamiento global es preciso un cambio radical y estructural en los mercados y en los sistemas: es por ello que se hace referencia a una nueva "arquitectura global" que otorgue escalabilidad a los esfuerzos por la sostenibilidad más allá de lo logrado individualmente por algunas empresas, aprovechando el compromiso de los líderes y liberando el potencial de contribución que los negocios pueden hacer a los desafíos más acuciantes.

EL INFORME DE *SUSTAINABILITY* Y LA FUNCIÓN DEL LIDERAZGO PARA CAMBIAR EL FOCO

Cambiando el apeo (traducción que realizamos de *ChangingTack*) es el producto final del proyecto *The Regeneration Roadmap* de la consultora SustainAbiliy, que evaluó el progreso del desarrollo sostenible y examinó la evolución del rol de los negocios y cuál debería ser la función del sector privado para acelerar y darle la escala que demandan los desafíos globales. Se realizaron entrevistas a pioneros en el área, diálogos con líderes a nivel mundial y encuestas sobre actitudes y expectativas de distintos *stakeholders (partes interesadas).*

El informe sostiene que es preciso cambiar el foco y el nivel de esfuerzo (por eso la imagen de cambiar el apeo) para integrar consideraciones de sostenibilidad en el sistema económico global. En esa tarea, considera que el sector privado puede jugar un rol catalítico.

La agenda de desarrollo sostenible se halla estancada en el preciso momento en que es necesario actuar, por lo que se requieren nuevos enfoques y un nuevo liderazgo para vigorizar el progreso: los negocios están siendo convocados para ayudar a proporcionarlos. Ello redundará en el propio interés del sector privado pues la falta de acción en ese sentido pone en riesgo los modelos de negocios, la inversión y el crecimiento del mismo.

El informe incluye una serie de recomendaciones acerca de cómo los negocios pueden optimizar su propia estrategia de sostenibilidad y de qué manera inspirar a sus pares de otros sectores acelerando los cambios sistémicos que se requieren. Se esquematizan seis atributos de liderazgo esenciales para generar soluciones que permitan dar escala y difusión a los esfuerzos de sostenibilidad

1. Visión	Articulación del rol singular de una empresa y su contribución a un futuro sostenible. Es mejor cuando resulta de la evolución directa de la visión central de la firma, alineando la identidad del negocio, la cultura y competencias y la forma en que crea valor con las necesidades y desafíos de la sostenibilidad. Describe un propósito convincente y relevante para la organización e inspira a empleados, socios y otros stakeholders para que colaboren en su logro.
2. Objetivos	Ayudan a definir el propósito expresado en la Visión y establecen puntos intermedios en el camino. Cuando son ambiciosos y específicos estimulan el involucramiento de los stakeholders y ayudan a liberar la competencia y la colaboración para impulsar la innovación.
3. Oferta	Apela a que las compañías desarrollen la naturaleza y sustancia de sus propuestas centrales (sus productos, servicios y los modelos de negocios que los sostienen) para cumplir con su visión de sostenibilidad, lo que requiere desarrollar productos y servicios que empujen los límites de lo diferente (nuevos enfoques para la creación de valor con productos y servicios que justifiquen externalidades) y lo mejor (más limpio, más eficiente, más socialmente responsable).
4. Marca	Expresión efectiva de la Visión, Objetivos y Oferta a través de una marca y comunicaciones persuasivas, lo que hace jugar los intangibles que subyacen en la lealtad de los consumidores, implicando que las emociones y normas sociales que afectan las preferencias de los

	consumidores podrían permitir a las empresas crear más demanda para productos y servicios sostenibles.
5. Transparencia	Proporcionar señales relevantes, apropiadas y oportunas a todos los jugadores del mercado para optimizar su comprensión y su toma de decisiones y asegurar el apropiado funcionamiento de los mercados. Requiere una más rápida evolución de la información corporativa tradicional sobre sostenibilidad más nuevos enfoques capaces de involucrar, informar e influir.
6. Defensa de la sostenibilidad	Ayuda para determinar comportamientos y elecciones más sostenibles en la economía. Implica movilizar a otros *stakeholders* (diseñadores de políticas, otras empresas, inversores y consumidores) para ayudar a reformar políticas, incentivos de mercado y otras condiciones de los sistemas para impulsar la sostenibilidad hacia la corriente principal con más fuerza y más rápidamente.

Fuente: Traducción propia de conceptos incluidos en *ChangingTack* (SustainAbility, 2013)

Al igual que el informe de Pacto Global y Accenture, se hace hincapié en el estancamiento actual y en la necesidad de actuar y generar nuevas alternativas que impulsen y den escala a los esfuerzos tendientes a la sostenibilidad.

LOS PRINCIPIOS DE INVERSIÓN RESPONSABLE DE NACIONES UNIDAS Y EL ROL DE LOS INVERSORES INSTITUCIONALES

En abril de 2006, el entonces Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, lanzó la iniciativa de Principios para la Inversión Responsable[(2)] (PRI por las siglas en inglés de *Principles for Responsible Investment*) que propuso seis principios en cuya elaboración habían participado un grupo conformado por los principales inversores institucionales, académicos y asesores. En tanto la premisa sobre la cual se han desarrollado los Principios establece que los inversores tienen el deber de actuar considerando el mejor interés a largo plazo para los beneficiarios, ello implica tomar en consideración factores ambientales, sociales y de gobierno organizacional, con lo que se contribuirá a la conformación de un sector financiero sostenible.

Los principios reflejan la visión de que los temas ambientales, sociales y de gobierno organizacional ASG (en inglés ESG por *Environmental, Social and Governmental*) pueden afectar el desempeño de los portafolios de inversión por lo que deben ser considerados adecuadamente por los inversores en sus procesos de toma de decisiones si es que realmente quieren cumplir con su deber fiduciario. Los Principios proporcionan un marco voluntario por el cual los inversores pueden incorporar temas ASG en sus procesos de toma de decisiones y de propiedad de manera de alinear mejor sus objetivos con los de la sociedad en general. Los signatarios se comprometen a:

1. Incorporar las cuestiones de ASG en el análisis de inversión y los procesos de toma de decisiones.
2. Ser propietarios activos e incorporar temas de ASG en nuestras políticas y prácticas de propiedad.
3. Buscar una apropiada exteriorización de los temas de ASG en las entidades en las que invertimos.
4. Promover aceptación e implementación de los Principios en el sector de inversión.
5. Trabajar en forma conjunta para mejorar nuestra efectividad en la implementación de los principios.
6. Informar sobre nuestras actividades y progresos en la implementación de los principios.

En la idea de que los principios son de poca utilidad a menos que los que adhieran a ellos rindan cuentas y sean transparentes, en 2007 se estableció el primer Marco PRI para la Información y Evaluación, que dio inicio a un proceso anual que contribuyó al desarrollo de indicadores y metodologías de evaluación para la inversión responsable. Según se indica en el Informe Anual 2013 (PRI, 2013:4), mientras antes de la existencia de la iniciativa podían contarse con los dedos de las manos las entidades que informaban sistemáticamente sobre la inversión responsable, en 2007 104 signatarios participaron en el primer proceso de información y evaluación de PRI, subiendo a 156 en 2008, 276 en 2009, 433 en 2010 y 545 en 2011. Cerca de la mitad también estaban informando al público la totalidad de los datos suministrados a PRI.

Se espera que tras la implementación del nuevo Marco de transparencia obligatorio, en 2014/2015 se alcancen las 1000 instituciones de inversión que informen al público sobre su progreso en inversión responsable con un grado interesante de detalle, lo que implicará un aumento muy importante en la rendición de cuentas y transparencia para todo el sector de inversión.

Al comentar sobre el lanzamiento del nuevo Marco del PRI, el Director del Consejo Asesor, Wolfgan Engshuber, manifestó que "*los reclamos a la comunidad de inversión mundial para que sea más transparente acerca de cómo está respondiendo a los desafíos de gobernanza y sostenibilidad que definen nuestra era se han hecho más fuertes a partir de la crisis financiera. PRI ha respondido con el lanzamiento de ese nuevo Marco que permitirá que los inversores institucionales demuestren cómo están incorporando los factores materiales de ASG en sus procesos y cómo están trabajando para hacer más fuerte la gobernanza de las compañías y del mercado como un todo*".[(3)]

En tanto, la Directora de Administración del PRI, Fiona Reynolds, manifestó que "*la inversión responsable es una de las tendencias de mayor crecimiento del siglo 21 y la información sólida sobre integración de factores Ambientales Sociales y de Gobierno organizacional, voto y actividad de administración es esencial si el sector de servicios financieros pretende volver a ganar la confianza de sus* stakeholders*. Esta información mejorará el diálogo entre compañías e*

inversores sobre los verdaderos impulsores de desempeño, riesgo y retornos de largo plazo y ayudará a los dueños de activos a evaluar y seleccionar gerentes más efectivamente, asegurando que la cadena de inversión funciona efectivamente para los clientes y los beneficiarios".

El Marco de Información cuenta con más de 220 indicadores en 12 módulos y busca por primera vez información detallada de los signatarios sobre sus políticas y prácticas en módulos específicos de nuevas clases de activos: acciones con cotización, ingresos fijos, acciones privadas, propiedades, infraestructura y finanzas inclusivas. Un signatario promedio de PRI deberá completar 5 módulos y 75 indicadores. Los signatarios deberán elevar sus respuestas entre el 1/10/2013 y el 31/3/2014 para continuar con su membrecía.

Por primera vez se requiere que se informe públicamente en forma obligatoria sobre ciertos indicadores relacionados con las prácticas y actividades centrales de los signatarios. Como regla general, solo se deberá completar un módulo si se tiene un 10% o más de los activos para administrar dentro de esa clase y voluntariamente se puede informar sobre uno o más módulos voluntarios.

Hay tres clases de indicadores:

* Obligatorios (un 44% de todos los indicadores): obligatorios para informar y revelar. Reflejan prácticas centrales y capturan la esencia de la implementación de los principios. Son los que deben hacerse públicos.

* Voluntarios (un 46% de todos los indicadores): voluntarios para informar y revelar. Reflejan prácticas alternativas o avanzadas.

* Obligatorios para informar y voluntarios para revelar (10% de todos los indicadores): reúnen información sobre actividades para permitir comparación con pares o actuar como puerta de entrada para determinar qué módulos e indicadores resultan aplicables para completar después. Pueden requerir información confidencial o sensible comercialmente y son, por lo tanto, voluntarios para revelar.

James Gifford, el Director Ejecutivo saliente de la Asociación PRI, reconoce (PRI *Annual Report* 2013: 5) que, a pesar de los avances que se pueden observar en muchos mercados y dentro de muchas organizaciones, la inversión responsable es aún marginal; que se habla mucho y no se actúa en la medida que se debería, que hay un enfoque que se relaciona con el cumplimiento automático de pautas (tildando celdas) y que existen pocos ejemplos de integración de la inversión responsable en la estrategia central de las organizaciones; que los accionistas todavía no son lo suficientemente activos para dialogar con las empresas y que, a pesar de la evidencia del valor material que representan, muchos administradores de portafolios de inversión aún consideran los temas de ASG irrelevantes. Agrega que si bien los dueños de activos están progresando en las exigencias al comienzo de sus propuestas, no monitorean a los administradores y no es suficiente el reconocimiento en los niveles más altos del sector de inversión en lo concerniente a que esta agenda representa el futuro de cómo debe encararse la inversión.

Se reconoce que para los stakeholders el cortoplacismo es el área en que debe ponerse el foco y que intentarán hacerlo a través de proyectos aunque los mismos pueden resultar controvertidos o incómodos para algunos signatarios. La idea es continuar apoyando a los signatarios para que se comprometan con los diseñadores de políticas de manera que se asegure que los marcos regulatorios se están alineando con y apoyan a la inversión responsable.

A pesar de los desafíos que presentó el contexto de inversión en muchas regiones, se indica (PRI *Annual Report* 2013:9) que durante el año 2012/2013 la base de signatarios tuvo un crecimiento récord, con 190 nuevos miembros (con propietarios de activo/fondos por más de U$S 2.2 trillones), lo que la ha llevado a que la iniciativa cuente con más de 1200 miembros en total[(4)] (en comparación con los 50 fundadores en 2006).

Ban Ki-moon, en el Brochure 2013 del PRI, sintetiza la función del PRI como el complemento del Pacto Global de Naciones Unidas -que solicita a las organizaciones que incluyan en sus estrategias y operaciones principios universales en las áreas de derechos humanos, estándares laborales, ambiente y anti-corrupción- y como una extensión de la Iniciativa Financiera UNEP[(5)] que ha ayudado a sensibilizar a los mercados de capitales sobre la importancia de los temas ambientales y sociales. Estas iniciativas en forma conjunta ayudan a lograr el "futuro que queremos".

En enero de 2011, dentro de la iniciativa PRI y con la presencia de la princesa Máxima como embajadora de las Naciones Unidas para las Financias Inclusivas para el desarrollo, se lanzaron los Principios para inversores en finanzas inclusivas[(6)] (PIIF por la sigla en inglés de *Principles for Investors in Inclusive Finance*), que proporcionan un marco para la inversión responsable relacionada con hacer llegar productos y servicios financieros (ahorros, crédito, seguros, remesas y pagos) a quienes tradicionalmente se han visto excluidos de los mismos (por sus bajos niveles de ingreso y asimetrías en conocimientos financieros, poder e influencia).

Los signatarios (inversores directos, administradores de fondos e inversores indirectos) se comprometen a:

1. Ampliar el rango de servicios financieros disponibles para gente de bajos ingresos.

2. Integrar la protección de los clientes en todas sus políticas y prácticas.

3. Tratar en forma justa a sus beneficiarios, con contratos claros y equilibrados y procedimientos para resolver conflictos.

4. Integrar factores de ASG en sus políticas e información.

5. Promover transparencia en todas sus operaciones.

Buscar retornos a largo plazo equilibrados que reflejen los intereses de los clientes, de los proveedores minoristas y de los inversores finales.

Trabajar en forma conjunta para desarrollar estándares comunes sobre finanzas inclusivas.

En este último punto, entre las acciones recomendadas figura la de "contribuir y promover el uso de los estándares IRIS" de informes de Impacto y de Inversión (por la sigla en inglés de *Impact Reporting and Investing Standards*[(7)]). Según se informa en la página institucional, se trata de "un catálogo de medidas de desempeño generalmente

aceptadas que los inversores de impacto líderes utilizan para medir el éxito social, ambiental y financiero, evaluar acuerdos y aumentar la credibilidad de la industria de inversión de impacto". El acceso a dicho catálogo es gratuito y se alienta a las organizaciones que lo utilicen a registrarse y citar la utilización de las mediciones IRIS en sus informes externos y comunicaciones.

El marco IRIS está compuesto por seis secciones:

* **Descripción de la organización:** mediciones centradas en la misión de la organización, el modelo operacional y la ubicación.

* **Descripción de los productos:** mediciones que describen los productos y servicios de la organización y sus mercados objetivos.

* **Desempeño financiero:** mediciones financieras comúnmente informadas.

* **Impacto operacional:** mediciones que describen las políticas, empleados y desempeño ambiental de la organización.

* **Impacto de productos:** mediciones que describen el desempeño y alcance de los productos y servicios de la organización.

* **Glosario:** definiciones para términos comunes referenciados en las mediciones

No podemos cerrar esta síntesis de movimientos dentro del mercado de capitales orientados a concientizar acerca de la importancia de los temas de ASG sin mencionar la importante labor que está desarrollando la iniciativa Bolsas de Valores Responsables (SSE por la sigla en inglés de *Sustainable Stock Exchanges*). Se trata de una plataforma de aprendizaje entre pares para explorar cómo las bolsas de valores, en colaboración con los inversores, reguladores y empresas, pueden aumentar la transparencia corporativa -y en definitiva el desempeño- sobre temas de ASG y propiciar la inversión responsable. Surgió en 2009, promovida por el Pacto Global de Naciones Unidas, el PRI, la UNEP-Finance Initiative y la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Los signatarios se comprometen a apoyar la responsabilidad social corporativa y el desarrollo sostenible en sus respectivos mercados de capitales. En la actualidad son nueve las bolsas signatarias de la iniciativa: NYSE *Euronext*, NASDAQ OMX, *BorsaIstanbul*, BM&FB Bovespa (Brazil), Bombay *Stock Exchange, Egyptian* Exchange, *Johannesburg Exchange*, *Nigerian Stock Exchange y Warsaw Stock Exchange*.[(8)]

BIBLIOGRAFÍA

- PRI Association (2013): "Annual Report 2013", en http://d2m27378y09r06.cloudfront.net/viewer/?file=wp-content/uploads/AnnualReport20131.pdf (consulta 14/1/2014).

- PRI Association - UNEP Finance Initiative - UN Global Compact (2013): "A Snapshot of the New PRI Reporting Framework" - Including an 'AT-A-GLANCE' guide to its mandatory indicators – October, en http://d2m27378y09r06.cloudfront.net/viewer/?file=wp-content/uploads/2013_PRI_RF_Snapshot.pdf,(consulta 14/1/2014).

- PRI Association - UNEP Finance Initiative - UN Global Compact (2013): "PRI Reporting Framework 2013/2014. Main Definitions", en http://www.unpri.org/viewer/?file=wp-content/uploads/2013-14_PRI_RF_maindefinitions.pdf, (consulta 14/1/2014).

- PRI Association - UNEP Finance Initiative - UN Global Compact (2013): "PRI Reporting Framework 2013/14. Overview and Guidance" - October, en http://www.unpri.org/viewer/?file=wp-content/uploads/2013-14_PRI_RF_overviewandguidance.pdf, (consulta 14/1/2014).

- Sustainability (2013). Changing Tack. Extending Corporate Leadership on Sustainable Development, full report en http://theregenerationroadmap.com/files/reports/Changing-Tack.pdf. Summary en http://theregenerationroadmap.com/files/reports/Changing-Tack-Executive-Summary.pdf, (consulta 14/1/2014).

- United Nations Global Compact & Accenture (2013): "The UN Global Compact-Accenture. CEO Study on Sustainability 2013. Architects of a Better World", en http://www.accenture.com/Microsites/ungc-ceo-study/Documents/pdf/13-1739_UNGC%20report_Final_FSC3.pdf (consulta 14/1/2014).

Notas:

(1) Y 4000 organizaciones de la sociedad civil

(2) En colaboración con la UNEP Financial Initiative y el UN Global Compact

(3) http://www.unpri.org/press/pri-launches-new-reporting-framework/

(4) Existen tres categorías de signatarios: Propietarios de Activos/Fondos (267 representando un 21,7%), Administradores de inversiones (783, representando un 63,5%) y proveedores de servicios profesionales (182, representando un 14,8%). Mientras no figura ningún signatario de Argentina, Brasil cuenta con 65. En tanto, se reconoce que US, dada su importancia y tamaño, aún se encuentra sub-representada entre los signatarios (186 contra 170 solo de UK). En http://www.unpri.org/signatories/signatories/ (consulta 21/1/2014)

(5) Fue fundada en 1992 en el contexto de la Cumbre de Río como una plataforma que asocia a las Naciones Unidas con el sector financiero globalmente. Esta colaboración surgió del reconocimiento de los vínculos existentes entre lo financiero y los

desafíos de ASG y el rol que las instituciones financieras pueden jugar para lograr un mundo más sustentable. Cuenta con más de 200 miembros entre los cuales se encuentran instituciones financieras públicas y privadas de todo el mundo (en proporciones equilibradas entre países desarrollados y en desarrollo). De los 36 miembros latinoamericanos, Argentina tiene como único miembro al Banco de Galicia y Buenos Aires SA y Uruguay al Banco de la República Oriental del Uruguay, en tanto que participan 11 instituciones brasileras.
En http://www.unepfi.org/about/index.html y http://www.unepfi.org/signatories/index.html, (consulta 21/1/2014)
(6) A la fecha son signatarios solo 34 administradores de inversiones y 15 propietarios de activos/fondos (11 holandeses, ninguno latinoamericano). En HTTP (consulta 21/1/2014)
(7) IRIS es una iniciativa de la *Global Impact Investing Network* (GIIN) una organización sin fines de lucro dedicada desde 2009 a aumentar la escala y efectividad de la inversión de impacto (aquella realizada en empresas, organizaciones y fondos), con la intención de general impacto social y ambiental mensurable junto con el retorno financiero. Con anterioridad a la GIIN, IRIS era administrada en forma conjunta por la Fundación Rockefeller, el Fondo Acumen y B Lab que comenzaron el desarrollo de IRIS a principios de 2008 con el apoyo de Hitachi, Deloitte y Precewaterhouse Coopers. En https://iris.thegiin.org/about-iris, (consulta 21/1/2014)
(8) Esta última se adhirió en diciembre de 2013. En http://www.sseinitiative.org/home-slider/warsaw-stock-exchange-latest-sse-partner/ (consulta 21/1/2014)