

EL NUEVO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA EN EL MERCADO DE VALORES: APUNTES EN TORNO A LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO RESPONSABLE

THE NEW CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT IN THE STOCK MARKET: NOTES ON THE PRODUCTION CHAIN AND RESPONSIBLE CONSUMPTION

Mario Marcelo Arce Rodríguez*
Exmiembro del Consejo Directivo de THĒMIS
Phillipi, Prietocarrizosa, Ferrero DU & Uría

In this article, the author questions the new corporate sustainability report, issued by Superintendent Resolution 018-2020-SMV/02. In this line, it deals with the meaning of corporate sustainability, or how it should be understood, in the current market. It also highlights the importance of the principle of market transparency with respect to corporate sustainability in the face of the necessary information that investors must have.

Focusing on the production chain and responsible consumption, the author evaluates the questions of the form on corporate sustainability issued by the Superintendence of the Stock Market through the standards set by the Ethos-IARSE indicators, as well as by the Global Reporting Initiative. All this to conclude that, although a great step has been taken regarding the information provided, there are still many aspects to specify to reach the current standards on corporate sustainability.

KEYWORDS: *Stock market; corporate sustainability; production line; responsible consumption.*

En el presente artículo, el autor pone en tela de juicio al nuevo reporte de sostenibilidad corporativa, emitido mediante Resolución de Superintendente 018-2020-SMV/02. En esta línea, trata el significado de sostenibilidad corporativa, o cómo debería ser entendida, en el mercado actual. Resalta, asimismo, la importancia del principio de transparencia de mercado respecto a la sostenibilidad corporativa de cara a la información necesaria con la que deben contar los inversionistas.

Enfocándose en la cadena de producción y el consumo responsable, el autor evalúa las preguntas del formulario sobre sostenibilidad corporativa emitido por la Superintendencia del Mercado de Valores a través de los estándares fijados por los indicadores Ethos-IARSE, así como por Global Reporting Initiative. Todo ello para concluir que, a pesar que se ha dado un gran paso relativo a la información brindada, aún quedan muchos aspectos por especificar para llegar a los estándares actuales sobre sostenibilidad corporativa.

PALABRAS CLAVE: *Mercado de valores; sostenibilidad corporativa; cadena de producción; consumo responsable.*

* Abogado. Título de Segunda Especialidad en Derecho Administrativo por la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima, Perú). Asociado junior en Phillipi, Prietocarrizosa, Ferrero DU & Uría (Lima, Perú). Contacto: mario.arce@puccp.pe

Nota del Editor: El presente artículo fue recibido por el Consejo Ejecutivo de THĒMIS-Revista de Derecho el 9 de octubre de 2021, y aceptado por el mismo el 15 de mayo de 2022.

I. INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad corporativa y la responsabilidad social empresarial son conceptos que han tomado especial relevancia en el mundo moderno. Tras reconocer que existimos en un mundo susceptible a ser dañado por malas prácticas ambientales y que cuenta con recursos limitados o no renovables, la sostenibilidad pasó a formar parte central en la organización de empresas privadas o entidades públicas, tanto a nivel internacional como nacional.

En este contexto, saber si una empresa cumple con estándares de sostenibilidad se ha vuelto un punto a considerar por parte de inversionistas que aspiran a tener una cartera de inversión social, económica y medioambientalmente responsable. En este sentido, mediante la Resolución SMV 033-2015-SMV/01, e indicando que para ese entonces ya existían empresas con valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores (RPMV) que voluntariamente adoptaron prácticas para revelar al mercado reportes de sostenibilidad, la Superintendencia del Mercado de Valores (en adelante, SMV) incorporó a la memoria anual un nuevo anexo: el Reporte de Sostenibilidad Corporativa (en adelante, RSC).

En febrero de 2020, mediante Resolución de Superintendente 018-2020-SMV/02, la SMV modificó dicho reporte, agregando nuevas preguntas medioambientales, haciendo hincapié en los aspectos hídricos, energéticos, sociales, laborales, entre otros. Sin embargo, y a pesar de que el nuevo RSC logra comprender aspectos adicionales que resultan necesarios para que el lector determine si un emisor es sostenible, aún hay campos centrales que no son incluidos. Esta ausencia de preguntas enfocadas en aspectos de género, medioambientales de la cadena de suministro, del consumo responsable y preguntas específicas respecto de las comunidades comprendidas en sus grupos de interés, tiene como consecuencia que, ante estándares modernos de sostenibilidad corporativa, los inversionistas carezcan de insumos suficientes para determinar adecuadamente que un emisor es sostenible.

El presente artículo, después de llevada a cabo la aproximación teórica al concepto de sostenibilidad corporativa, a los reportes de sostenibilidad y al principio de transparencia del mercado, se enfocará en la comparación entre las consideraciones actuales respecto al consumo responsable y la cadena de suministro y la forma cómo estos han sido abordados por el nuevo RSC, con el objetivo de identificar si ello resulta acorde con el principio de transparencia del mercado.

II. SOBRE LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA O EMPRESARIAL

No resulta posible entender a cabalidad el objeto de un reporte de sostenibilidad corporativa si es que previamente no se analiza lo que actualmente es entendido por sostenibilidad corporativa. De acuerdo al Código de Gobierno para la Empresa Sostenible, elaborado por el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (en adelante, IESE) de la Universidad de Navarra, se define a la empresa sostenible como aquella que:

[C]rea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general (Instituto de Estudios Superiores de la Empresa [IESE], 2002, p. 34).

De esta definición podemos notar que la sostenibilidad corporativa va más allá de la clásica concepción de lo que es una empresa, al no centrarse únicamente en la creación de rendimientos económicos para los accionistas, sino, en una creación de valor económico, medioambiental y social. Adicionalmente, otro punto importante de la definición esbozada por el IESE es que la creación de valor debe darse en el entorno inmediato y el planeta en general. Esto implicaría dejar de enfocarse únicamente en los intereses de los accionistas al momento de llevar a cabo las actividades de la empresa y tomar en consideración a los intereses de las partes presentes en el entorno global y el entorno inmediato. Estas partes son denominadas 'partes interesadas' o 'grupos de interés'.

De manera enunciativa, el código mencionado señala como grupos de interés a los "accionistas e inversores, administración pública, clientes, comunidades locales, países y sociedades, creadores de opinión, empleados, instituciones financieras, proveedores y subcontratistas y socios estratégicos" (IESE, 2002, p. 38). A pesar de que estos sean los ejemplos más comunes, una correcta identificación de los grupos de interés importa un estudio específico del giro de negocio de la corporación y de la zona en donde la lleva a cabo.

Ello entra en concordancia con lo señalado por Granda y Trujillo, quienes sostienen que no es posible contar con una lista genérica de los actores que componen los grupos de interés de las compañías, por lo que cada entidad debe adoptar una perspectiva transversal para identificar a aquellos grupos que puedan resultar afectados por el desarrollo de sus actividades (2011, p. 72).

Como es apreciable, la sostenibilidad corporativa va más allá de concebir dentro del grupo de interés solamente a aquellas personas que pueden verse afectadas por el desarrollo de su actividad y va más allá de solo minimizar un impacto negativo en ellos. Por el contrario, la sostenibilidad corporativa buscaría generar valor con los grupos de interés y para los grupos de interés, de tal forma que este valor pueda mantenerse a lo largo del tiempo.

Conforme a las definiciones estudiadas, es menester señalar que la sostenibilidad corporativa no resulta incompatible con la búsqueda de rentabilidad para los accionistas. Por el contrario, implica reconocer como fines de la actividad empresarial, adicionalmente a la rentabilidad, a la generación de valor económico, medioambiental y social. En esta línea de ideas, como parte de la definición de la sostenibilidad corporativa, se indica que la misma, vista como un enfoque de negocio vinculado al *core business* de las corporaciones, permite la creación de valor a largo plazo de los accionistas (Andreu & Fernández, 2011, p. 14).

Uno de los conceptos con los que se relaciona a la sostenibilidad corporativa es el de la responsabilidad social empresarial o corporativa (en adelante, RSE; también conocida como CSR por sus siglas en inglés). La responsabilidad social corporativa se entiende como un sistema que permite a la empresa incidir positivamente a nivel económico y a nivel social. Esto es logrado mediante la integración de sistemas de gestión con enfoques estratégicos, orientados a la inclusión y satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés (Zapata, 2012, pp. 9-10). De acuerdo al concepto actual de RSE, esta tendría dos objetivos principales, los cuales son los de: (i) maximizar la creación del valor compartido entre los dueños o accionistas, los demás grupos de interés y la sociedad en general; y (ii) identificar, prevenir y mitigar cualquier impacto adverso (Baldarelli, Del Baldo & Ferrone, 2015, p. 4).

A pesar de que se pueden encontrar diferencias en las definiciones, tal como que la sostenibilidad corporativa incluye adicionalmente la creación de valor medioambiental y el objetivo que el valor creado esté presente a lo largo del tiempo, no estamos ante conceptos contrapuestos. Aunque puede entenderse que la sostenibilidad corporativa incluye a la RSE, no se debe olvidar que la definición de cada uno de ellos está en constante variación. Tomando como premisa que no estamos ante conceptos estáticos y tampoco uniformes —ya que varían de acuerdo con el autor o año en el que se elaboran— resultaría incierto afirmar que un concepto incluye al otro a pesar de contener aspectos centrales comunes.

De esta manera, surge el concepto de *Corporate Sustainability and Responsibility* (CSR 2.0). Este nuevo concepto, que identifica los puntos centrales de la sostenibilidad corporativa y la RSE, busca hacerlos entrar en sinergia y establecer como base común a la creación de valor, el buen gobierno empresarial, la contribución a la sociedad y la integridad medioambiental (Visser, 2014, pp. 3-4). Dichos pilares, que incluyen tanto la parte organizativa interna de una corporación y los impactos e intervenciones que se tienen en el medioambiente y la sociedad, vendrían a ser los estándares sobre los cuales se debe regir una corporación sostenible y responsable.

Habiendo llevado a cabo la necesaria aproximación al concepto actual de la sostenibilidad corporativa, es preciso realizar un acercamiento a lo que son los reportes de sostenibilidad corporativa. Para tal fin, se procederá a analizar su importancia, las consecuencias de su elaboración y el tratamiento en la legislación peruana en materia del mercado de valores.

III. LOS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

Un reporte de sostenibilidad corporativa es aquella memoria que detalla las políticas, controversias, proyectos y acciones llevadas a cabo por una empresa, corporación o grupo económico que permitan determinar si se cumplen con estándares medioambientales, económicos, sociales y organizativos propios de una corporación sostenible. Una forma usual para organizar dichos reportes es mediante el sistema Cumple o Explica, el cual consiste en una serie de preguntas que podrán ser respondidas mediante las opciones de Sí o No, con áreas asignadas para rellenar datos numéricos y brindando una explicación o detalle del motivo de su respuesta. Dicho sistema de preguntas es adoptado, entre otros, por la SMV y por los Indicadores Ethos-IARSE argentinos.

La presencia de dichos reportes ha cobrado especial relevancia en el mercado debido a que, tras comunicar a los grupos de interés sus buenas prácticas, las corporaciones pueden experimentar un cambio favorable en su percepción y un incremento en el valor de su marca. Adicionalmente, la adopción de estándares de sostenibilidad y su correcto reporte abre la posibilidad a que se les reconozca mediante diversas certificaciones o etiquetas ecológicas.

El panorama peruano no es ajeno a esta tendencia ya que, a la par de las grandes matrices o competidores internacionales, se pueden encontrar diversas empresas que voluntariamente han adoptado

la costumbre de elaborarlos y difundirlos entre sus grupos de interés por los beneficios que les trae el comunicar su nivel de comprometimiento con la sostenibilidad corporativa. No obstante, no todos los reportes de sostenibilidad voluntarios u obligatorios permiten determinar adecuadamente el carácter de sostenible o responsable de una corporación.

Por un lado, se pueden encontrar reportes de sostenibilidad que se limitan a desarrollar preguntas que confirmen que la corporación cumple con los estándares jurídicos mínimos para el desarrollo de su actividad. En este sentido, a pesar que un comportamiento socialmente responsable implica ir más allá de lo que determina la norma legal, no son pocas las empresas que al elaborar sus memorias de sostenibilidad tratan de presentar como RSE lo que es puro cumplimiento de la norma (Campuzano, 2010, pp. 128-129). Asimismo, el sesgo en su elaboración, una inadecuada comprensión de la sostenibilidad corporativa y la falta de homogeneidad en los reportes ha traído como consecuencia que varios de estos busquen resaltar los impactos positivos o consecuencias mitigadas y no incluir los impactos negativos o indirectos ni los riesgos futuros.

Ante la necesidad del establecimiento de reglas comunes, en el año 2015, la SMV, mediante la Resolución SMV 033-2015-SMV/01, incorporó el RSC como parte de la Memoria Anual que los emisores deben presentar al mercado. A pesar que la inclusión de este anexo fue un gran paso para impulsar la adopción de prácticas sostenibles, llegó a quedar desfazado en tanto el concepto de sostenibilidad fue cambiando a lo largo del tiempo y en tanto los estándares para ser considerado como una 'corporación sostenible' fueron haciéndose más meticulosos.

Por ello, en febrero del 2020, se publicó la Resolución de Superintendente 018-2020-SMV/02, en donde modifica en su totalidad al RSC, incluyendo veinticinco preguntas principales divididas en los apartados de política ambiental, emisiones de Gases de Efecto Invernadero (conocido como GEI), agua, energía, residuos sólidos, grupos de interés, derechos laborales, derechos humanos y un apartado final de información complementaria. Este nuevo RSC contrasta significativamente con el anterior, el cual solo contaba con 6 preguntas principales divididas en las siguientes secciones: (i) implementación de acciones de sostenibilidad corporativa; y (ii) detalle de las acciones implementadas por la sociedad.

Con respecto a la razón de ser de la modificación, nos encontramos con que la SMV, mediante el In-

forme Conjunto 1540-2019-SMV/06/11/12, indica que el nuevo RSC tiene por propósito lo siguiente:

[B]rindar a actuales y potenciales inversionistas de las sociedades cuyos valores han sido objeto de oferta pública **información mínima** respecto al cumplimiento de estándares y políticas sobre temas de ASG [ambientales, sociales y de gobierno corporativo], mediante **preguntas puntuales** que se han identificado como las **mínimas necesarias**, las mismas que recogen las necesidades del mercado [...]. Además, el RSC persigue que los inversionistas accedan a **información comparable** bajo un único formato de manera ordenada, sistematizada y estructurada, que posibilitará a los inversionistas formar-se un **juicio objetivo del grado de cumplimiento** del emisor de los estándares ASG [el énfasis es nuestro] (SMV, 2019b, p. 3).

De lo expuesto por la SMV podemos notar que el nuevo RSC no tiene por objeto brindar un informe omnicompreensivo y extenso sobre el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad. Por el contrario, busca presentar información mediante las preguntas mínimas necesarias de acuerdo a las necesidades del mercado. Junto a ello, se puede notar que la estandarización de los RSC busca que la información revelada al mercado pueda ser comparable, todo con el fin que los actuales o potenciales inversionistas puedan determinar objetivamente si el emisor cumple con los estándares de sostenibilidad.

No obstante, y a pesar de que se busca presentar la información mínima necesaria, la modificación del RSC ha agregado diecinueve nuevas preguntas. Esto es explicado por la SMV en el Informe Conjunto 1088-2019-SMV/06/11/12, en donde se indica que a pesar de que se mantienen los lineamientos principales del anterior reporte, se ha agregado un mayor detalle y desagregación en las preguntas para que el mercado cuente con información más precisa y específica en relación con el nivel de adopción e implementación de los estándares de sostenibilidad (SMV, 2019a, p. 2).

El nuevo RSC, si bien pretende alcanzar un objetivo en un mercado en el que los inversores consideran cada vez más atractivas las inversiones sostenibles, se encuentra con diversas dificultades que no han sido abordadas o solucionadas adecuadamente en la última modificación normativa. De una lectura crítica de las preguntas que componen el nuevo RSC se puede notar que existen aspectos necesarios para evaluar la sostenibilidad de un emisor que no han sido incluidos.

Enfocándonos en la problemática abordada por el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12

(Hoballah & Averous, s.f.), sobre producción y consumo responsable, encontramos que el nuevo RSC carece de especificidad en las preguntas orientadas a la cadena de suministro y producción y sobre el consumo de los productos o servicios desarrollados por los emisores. Como se explicará más adelante, a pesar de que estos puntos han sido brevemente abordados, existen aspectos centrales que han sido dejados de lado y que podrían llevar a presentar un RSC incompleto y que no refleje la realidad de cumplimiento de los estándares de sostenibilidad. En consecuencia, y entendiendo que los inversionistas podrían contar con un reporte con información insuficiente para determinar si un emisor es sostenible, es preciso analizar si estaría en riesgo el principio de transparencia del mercado.

IV. SOBRE LA TRANSPARENCIA DEL MERCADO

Para poder tener un acercamiento a lo que es el principio de transparencia del mercado es necesario entender las particularidades de los bienes que son negociados en el mercado de valores. La principal diferencia con otros productos que son objeto de comercio, como lo sería un automóvil o un inmueble, es que los valores mobiliarios no cuentan con un valor intrínseco. Ello es resaltado por Juan José Martínez, exponiendo que “los valores [mobiliarios] son títulos que no valen por sí mismos, es decir, como documentos. Su valor depende de los derechos que representan y ulteriormente del valor de la entidad emisora (como empresa o negocio en marcha)” (2003, p. 237).

Por ejemplo, al momento de comprar un automóvil, es posible determinar su valor analizando su modelo, año de producción y su estado actual. De esta manera, se determina un valor adecuado revisando el propio bien en sí mismo y comparándolo con otras ofertas en el mercado. Sin embargo, en el caso de los valores mobiliarios, la realidad es diferente. Debido a que estos tienen un contenido patrimonial —que podrían ser, entre otros, derechos de crédito o participación— es necesario tener mayor información referente a las características del emisor y del desarrollo de su negocio para asignar un valor a los mismos.

Por tal motivo, con el fin que un posible inversionista pueda ponderar el invertir o no en determinados valores mobiliarios, resulta menester que tenga a su disposición, de manera clara y oportuna, la información relevante que le permita determinar un valor adecuado —o, un valor real—. Entre otros, la información que se deberá considerar es la propia situación financiera de la empresa emisora, los resultados consolidados obtenidos en los años anteriores, el detalle de los productos que

ofrecen al mercado, planes de expansión o proyecciones económicas (Martínez, 2003, p. 237). Dicha necesidad de información por parte del inversionista, que es la base de su decisión de inversión, y contrastando que dicha información es producida, conocida o que debería ser conocida por los emisores, es el sustento de la existencia de una asimetría informativa.

La importancia de la información en el mercado de valores es explicada por la hipótesis del mercado eficiente, la cual señala que, en un mercado eficiente:

en cualquier momento del tiempo, los precios reales de los valores reflejan ya los efectos de la información basados en los eventos que han ocurrido y en eventos que, hasta dicho momento, el mercado espera que ocurran en el futuro (Aliaga & Torres, 2004, pp. 40-41).

Consecuentemente, el principal insumo para la determinación de los precios de los valores en un mercado eficiente vendría a ser la información que es divulgada a los inversores y posibles inversores.

Ante la especial importancia de la información y la existente asimetría informativa, como indican Payet y Castillo, “se hace necesario crear una regulación que permita [...] que la información sobre los valores se haga disponible a todos los inversionistas en igualdad de condiciones y oportunidades, como que dicha información sea siempre verdadera y oportuna” (2009, pp. 26-27). En este contexto, surge el rol central y articulador de la transparencia del mercado en la regulación del mercado de valores.

El principio de transparencia del mercado se definiría como aquel principio que busca brindar a los actores del mercado de valores, tales como los inversionistas y también a los posibles inversionistas, información que cumpla con las características de ser veraz, oportuna y completa de las empresas que planeen emitir o que hayan emitido valores en el mercado, incluyendo también a aquellas empresas que, habiendo emitido en el pasado valores mobiliarios, aún formen parte del mercado (Reggiardo & Ugarte, 1997, p. 265). Dicho principio se encuentra reconocido dentro del texto único ordenado (TUO) de la Ley del Mercado de Valores, indicando que este es una de sus finalidades. Asimismo, se señala que toda información que deba ser presentada deberá cumplir con ser veraz, suficiente y oportuna (Decreto Supremo 093-2002-EF).

Por lo anteriormente expuesto, y al ser un principio rector, se puede entender que la transparencia de mercado opera en dos niveles. En primer lugar,

este principio deberá ser tomado en cuenta por la entidad pública que regule y supervise la actividad del mercado de valores, ya sea cuando emita, modifique o interprete normas. En este sentido, en la ejecución de sus funciones, la SMV –anteriormente Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (CONASEV)– debe establecer obligaciones claras y razonables que impliquen la obligación para los emisores de divulgar aquella información eventual –como los hechos de importancia– o información periódica –como los diversos reportes o estados financieros–, indicando que dicha entrega debe ser oportuna, debe contener información veraz y también debe ser suficiente.

Por otro lado, el principio de transparencia del mercado también deberá ser observado por los propios emisores, teniéndolo en consideración al momento de elegir qué información divulgar, cómo divulgarla, en qué momento o mediante qué mecanismo. Esto último deberá llevarse a cabo también en atención a la propia normativa sectorial, respecto a las fechas de emisión de los reportes, y en la calificación de eventos como hechos de importancia.

Concretizando el estudio en el caso de la norma modificatoria del RSC, es menester analizar si la misma puede llegar a afectar el principio de transparencia. Para esto, sería necesario establecer si es que la modificación ha importado una variación en la oportunidad de presentación del RSC, en el estándar de veracidad exigido o en la suficiencia de la información divulgada.

Con respecto a la oportunidad de presentación de dicha información, en tanto el nuevo RSC sigue siendo un anexo de la memoria anual, sigue compartiendo los plazos de presentación del mismo. Al no haberse dado una modificación de las fechas en las que ha de ser presentada dicha memoria, la modificación al RSC no puede afectar al principio de transparencia por este extremo.

Por otro lado, con respecto a la veracidad, el nuevo RSC hace referencia a que su contenido debe seguir lo dispuesto artículo 10 de la Ley del Mercado de Valores (Decreto Supremo 093-2002-EF). Si bien esta referencia a dicho artículo no estaba presente en el anterior RSC, sí era de aplicación en tanto este artículo regulaba, entre otros, al contenido de la memoria anual. De acuerdo a ello, en tanto los estándares de veracidad exigidos al RSC no han variado como consecuencia de la norma modificatoria, no afecta al principio de transparencia por este extremo.

No obstante, la variación en las preguntas formuladas al emisor trae como consecuencia una varia-

ción en la información que se divulgará al mercado. A tal efecto, resulta particularmente interesante el estudio de la suficiencia de la nueva información solicitada para cumplir con su objetivo: el que los inversionistas formen un juicio objetivo del grado de cumplimiento de los estándares de sostenibilidad del emisor. Así pues, en caso la nueva información solicitada no contenga los puntos centrales para tal fin, el nuevo RSC podría afectar el principio de transparencia del mercado.

V. LA CADENA DE SUMINISTRO Y EL CONSUMO RESPONSABLE: CONSIDERACIONES Y ESTÁNDARES ACTUALES

La cadena de suministro y el consumo responsable son dos aspectos sumamente importantes al momento de llevar a cabo una evaluación de sostenibilidad de una corporación. En primer lugar, la cadena de suministro forma parte esencial de la elaboración de los productos de toda corporación, tal es así que una empresa que pretenda considerarse sostenible no puede llevar a cabo negocios con proveedores que no lo sean. Como se explicará más adelante, adquirir insumos de un proveedor que no siga los estándares económicos, ambientales y sociales propios de la sostenibilidad corporativa tiene como consecuencia el trasladar esta falta de compromiso a la corporación que los adquiere.

Por otro lado, el consumo responsable forma parte central en la sostenibilidad de una corporación en tanto abordaría la problemática de la contaminación generada por el producto durante su vida útil –periodo en el que es disfrutado por el consumidor– y después de su vida útil –periodo en el que es desechado por el consumidor–. Si bien puede cuidarse el impacto ambiental del proceso de elaboración de un producto, una corporación sostenible no puede desvincularse del efecto que cause en el medioambiente el uso del mismo y su desecho, sobre todo al tratar con productos que requieren un especial descarte.

Antes de llevar a cabo un análisis profundo de las preguntas formuladas en el nuevo RSC en materia de cadena de suministro y consumo responsable, resulta necesario tener una aproximación del motivo por el cual cobran especial relevancia estos conceptos y cómo estos son abordados por el Global Reporting Initiative (en adelante, GRI) y por los indicadores Ethos-IARSE.

A. El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12

En septiembre de 2015, ante un panorama de inviabilidad de los patrones de producción, energía y consumo actuales, los estados miembros de las

Naciones Unidas proclamaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y, junto a ello, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS) (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2018, pp. 7-8). El ODS número 12, que desarrolla la problemática de la producción y consumo responsables, busca plantear las principales metas e indicadores a tomar en cuenta para desarrollar patrones que permitan una etapa productiva de bajo impacto en el medioambiente, y conductas de consumo que tomen en cuenta la mitigación de la contaminación y un correcto desecho.

Como explican Hoballah y Averous (s.f.), el consumo y la producción sostenibles tienen como objetivo el desvincular el crecimiento económico de un uso extenso de los recursos y de la degradación del medio ambiente. Para ello, resulta central la reducción del uso de materiales y energía; y la reducción de emisiones y desechos provenientes de la extracción, producción, consumo y eliminación. Según lo expuesto, el presente ODS toma como relevante el estadio previo a la vida útil del producto, su uso y el estadio posterior.

En la búsqueda de su cumplimiento, se han planteado diversas metas que las corporaciones, los estados y las personas naturales deben ejecutar. Entre ellas, podemos encontrar el lograr una gestión sostenible y eficiente de los recursos naturales, alentar a las corporaciones –incluyendo las grandes empresas y transnacionales– a adoptar prácticas sostenibles, promover prácticas de adquisición pública sostenibles, racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles y lograr la gestión ecológica de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida (CEPAL, 2018, pp. 55-57).

De las metas, del desarrollo del contenido y de la razón de ser de este ODS, queda manifiesto que el cuidado medioambiental resulta central tanto en la etapa de elaboración como a lo largo de toda la vida de los productos, incluyendo su propio desecho. Consecuentemente, este objetivo no podría ser logrado si las corporaciones se enfocan en el cuidado ambiental solamente en su etapa interna de elaboración y desconocen los impactos previos o posteriores de sus productos o servicios. Por el contrario, este cuidado debe incluir y tomar en cuenta la relación y selección de los proveedores de sus insumos, la vida útil de sus productos, su consumo responsable y su desecho adecuado.

B. La cadena de suministro

Tomando como punto de partida la creciente importancia de la etapa de elaboración de los productos para alcanzar la sostenibilidad ambiental,

es necesario abordar la problemática de la cadena de suministro y de proveedores. Si bien resulta de común entendimiento que los estándares de sostenibilidad corporativa contemplen los procesos internos de producción, buscando una mayor eficiencia en el uso de los recursos y en la gestión de desechos derivados de esta actividad, se debe definir hasta qué extremo la inobservancia de estos estándares por parte de los proveedores puede trasladarse a sus contratantes.

El concepto moderno de sostenibilidad corporativa exige que una empresa, en el desarrollo de su negocio, busque mitigar los riesgos e impactos directos e indirectos que se tengan en la sociedad o en el medioambiente y generar valor para y con los grupos de interés. En esta línea de ideas, la correcta identificación y mitigación de dichos impactos implica ir más allá de los límites internos de una compañía en particular, volviéndose necesario tener en cuenta las etapas previas a la adquisición de insumos y posteriores a la venta del producto final.

La explicación de la importancia de la sostenibilidad de los proveedores recae en que una corporación no puede desligarse de los efectos negativos que aquellos causan. De caer en el supuesto contrario, una corporación podría mantener una aparente calidad de sostenible cuando, en realidad, ha trasladado las prácticas contaminantes, injustas o ineficientes a terceros –proveedores– mediante contratos de suministro.

Dentro de las prácticas adoptadas para llegar a contar con una cadena de suministro sostenible podemos encontrar a la evaluación y colaboración con los proveedores. Si bien la evaluación a los proveedores permite identificar posibles mejoras en el área de sostenibilidad y brinda un buen punto de partida, su mera aplicación no resulta efectiva para una mejora en la sostenibilidad en la empresa proveedora. Por este motivo, la combinación de ambas prácticas sería óptima para aumentar el nivel de sostenibilidad en la cadena de suministro (Sancha & Giménez, 2017, p. 13).

Como indican Villena y Gioia, las iniciativas de colaboración tienen diversos beneficios. Por un lado, pueden mejorar la eficiencia de los proveedores, quienes podrían llegar a contar con procesos de autoevaluación o de auditoría (2020). Junto a ello, estas iniciativas pueden atraer a más proveedores que estén dispuestos a participar, debido a que estos pueden tener diversos clientes con los mismos requerimientos de sostenibilidad. Y, adicionalmente, la colaboración puede hacer que las prácticas de sostenibilidad se vuelvan más factibles en su aplicación.

El GRI aborda el tema de la cadena de suministro reconociendo la importancia de tanto la evaluación como la colaboración. En el GRI 308: Supplier Environmental Assessment, dentro del *disclosure* 308-1 y 308-2, entramos a los diversos requerimientos de información que las corporaciones deben reportar dentro de sus reportes de sostenibilidad respecto de las evaluaciones llevadas a cabo a los proveedores.

Dentro de los principales requerimientos, por el extremo de evaluación de proveedores, se encuentra que se debe reportar el porcentaje de los nuevos proveedores que fueron evaluados usando criterios ambientales, el número de proveedores evaluados en su impacto ambiental, el número de proveedores identificados que tengan un actual o potencial impacto negativo en el medioambiente e impactos negativos actuales o potenciales en la cadena de suministro (Global Reporting Initiative [GRI], 2016a, pp. 6-7). Por otro lado, con respecto al reporte de las actividades colaborativas, encontramos que: (i) se debe indicar el porcentaje de proveedores identificados que tengan un actual o potencial impacto negativo en el medioambiente y que cuenten con acuerdos de mejora como resultado de su evaluación; y (ii) el porcentaje de proveedores con dichas características con los que se terminaron relaciones como resultado de la evaluación y el motivo de ello (GRI, 2016a, p. 7).

Asimismo, en el escenario latinoamericano, nos podemos encontrar con que los Indicadores Ethos-IARSE para negocios sustentables y responsables también tratan profundamente las consideraciones de la cadena de suministro. A lo largo del cuestionario planteado, al igual que en el caso del GRI, encontramos diversas preguntas orientadas a brindar información respecto a la actividad de evaluación de los proveedores y de la colaboración con los mismos.

En atención a las prácticas de evaluación, se pregunta si la corporación posee un mapeo de sus impactos socioambientales considerando su cadena de suministro –numeral 3.2.2–, si se extiende el código de conducta a la cadena de suministro y si se controlará su cumplimiento –numerales 4.4.2 y 4.4.3– y si se cuenta con un mapeo de riesgos tomando en cuenta su cadena de suministro –numeral 18.5.1– (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial [IARSE], 2019, pp. 21-42). Adicionalmente, en atención a las prácticas colaborativas, se pregunta si la corporación ejerce formalmente influencia en su cadena de suministro para que estas empresas adopten compromisos voluntarios en su estrategia –numeral 6.4.4–, si la corporación procura promover la salud finan-

ciera de las empresas de su cadena de suministro –numeral 8.4.4– y si la corporación acompaña los impactos de su cadena de suministro y los incorpora a su mapeo –numeral 18.4.3– (IARSE, 2019, pp. 30-42).

A forma de conclusión de los estándares estudiados en el presente acápite, se puede afirmar que un reporte de sostenibilidad debe tener información relativa al proceso de evaluación que se tiene de los proveedores. Este proceso, que deberá identificar los impactos actuales o potenciales de los proveedores, sería el punto de partida para llevar a cabo una actividad colaborativa con los mismos. En esta línea de ideas, los reportes de sostenibilidad deben incluir también preguntas orientadas a que se identifiquen y expliquen en qué consisten las actividades conjuntas desarrolladas con los proveedores para la mejora de los estándares de sostenibilidad de estos últimos.

C. El consumo responsable

Tomando nuevamente como punto de partida al contenido del ODS 12, caemos en cuenta que el consumo responsable forma parte importante en la adopción de estándares de sostenibilidad. A pesar de que el desarrollo de la vida útil y el desecho de los productos parezcan escapar de la responsabilidad de los emisores, existen aspectos que no pueden desligarse de aquellos y que tienen que ser incluidos en sus reportes de sostenibilidad corporativa.

La propia inclusión de la producción y el consumo sostenible en un mismo ODS por parte de las Naciones Unidas responde a que estos aspectos están íntimamente relacionados. Por un lado, la elaboración de productos bajo estándares de sostenibilidad incidirá en la elección de los clientes y, finalmente, fomentará un clima de consumo responsable. Por otro lado, la demanda de productos sostenibles por parte de los clientes –y la presencia de competidores con este valor agregado– también afectará la dirección de las corporaciones en el planeamiento y elaboración de los mismos. En atención a ello, es necesario determinar qué estándares de sostenibilidad en el aspecto de consumo responsable caen en la competencia de las corporaciones.

Aunque parte de la responsabilidad de llevar a cabo una conducta de consumo responsable recae en los mismos consumidores –o clientes–, las corporaciones no pueden ser ajenas al impacto que sus propios productos tienen en el medio ambiente o en la salud de estos. La elaboración de productos cuyo uso no es eficiente con recursos energéticos, las repercusiones en la salud de

los consumidores, la contaminación derivada de su uso y la falta de educación o facilidades para su correcto desecho, en caso lo necesiten, sí pueden ser aspectos atribuibles a las empresas que los elaboran.

Con respecto a esta problemática, el GRI 306: Waste explica que los desechos de una organización pueden derivarse de su propia actividad, tal como la etapa de producción, pero también a lo largo de toda la cadena de valor, pasando por desechos generados por los proveedores –como se trató en el apartado anterior– y por los consumidores en el uso de los productos o en su descarte. En esta línea de ideas, en el *disclosure* 306-1, literal a), numeral II, se indica que se debe informar en el reporte si es que existe un impacto actual o potencial relacionado a los desechos, señalando si estos son generados por las actividades de la propia organización o si son generados a lo largo de su cadena de valor. Posteriormente, explica que estos desechos son generados también en la subsecuente actividad de consumo de productos o servicios ofrecidos por la corporación (GRI, 2020, pp. 5-6).

Posteriormente en el *disclosure* 306-2, literal a), se pide indicar las acciones tomadas por la corporación para prevenir la generación de desechos a lo largo de toda la cadena de valor y las acciones tomadas para gestionar los impactos significativos de los desechos generados. Cabe mencionar que se señalan como posibles intervenciones en el periodo posterior a la vida útil de los productos el realizar intervenciones con los consumidores para crear conciencia sobre prácticas de consumo sostenible, como la compra reducida de productos, el uso compartido de productos, intercambio y la reutilización o reciclaje de los mismos (GRI, 2020, p. 9).

Con respecto al impacto en la salud de los consumidores, el GRI 416: Customer Health and Safety, dentro del *disclosure* 416-1 y 416-2, indica que las corporaciones deben reportar el porcentaje de categorías de productos o servicios cuyos impactos en la salud y seguridad están siendo evaluados para mejorar y reportar los incidentes relacionados a la salud y seguridad generados por el no cumplimiento de normas o códigos voluntarios (GRI, 2016b, pp. 7-8). Es importante resaltar que se deben reportar todos los incidentes generados a lo largo de ciclo de vida del servicio o producto, pudiendo haberse dado tanto en su etapa de uso como en su etapa de desecho.

El consumo responsable es también tratado en los indicadores Ethos-IARSE, preguntando, entre otros, si la empresa cuenta con un programa que

haga foco en la salud y seguridad del consumidor o cliente y si se adopta medidas que eviten que los productos se tornen inseguros para el uso de los consumidores, garantizando una forma de descarte segura y sin causar daños al medio ambiente –numerales 32.2.1 y 32.2.3–. Junto a ello, se pregunta si la empresa promueve acciones de educación para el consumo consciente, mencionando los impactos sociales, ambientales y económicos relacionados a las preferencias del consumidor o si desarrolla campañas para reducir el impacto producido por el uso de sus productos y servicios –numeral 33.4.2 y 33.5.1–, si la empresa ofrece servicios de colecta y de reciclaje de fácil acceso para el consumidor y si la empresa implementa medidas para incentivar y sensibilizar al consumidor a cumplir su papel de reciclar los residuos generados, retornándolos a la empresa por la vía de mecanismos implementados por ella –numerales 33.4.4 y 47.4.4– (IARSE, 2019, pp. 61-78).

Como conclusión del estudio desarrollado de los puntos centrales abordados tanto por el GRI y por los indicadores Ethos-IARSE, podemos encontrar que los estándares de sostenibilidad corporativa relacionados al consumo responsable abordan las cuestiones de la salud y seguridad del consumidor, la contaminación durante la vida útil de los servicios o productos y el correcto desecho de los productos. Adicionalmente, se hace énfasis en las intervenciones que las corporaciones tienen en los consumidores, mediante campañas de concientización o educación y el brindar facilidades en el correcto desecho o reciclaje de los productos.

VI. ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DEL NUEVO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

Tomando en consideración los estándares centrales que debe seguir una corporación sostenible en materia de la cadena de suministro y del consumo responsable, resulta preciso analizar si el nuevo RSC tiene preguntas que orienten la divulgación de esta información. A tal fin, se procederá a estudiar las preguntas planteadas en el formato contenido en la Resolución de Superintendente 018-2020-SMV/02.

Para comenzar, el nuevo RSC cuenta con un cajón de sastré referente a los grupos de interés, entre los cuales podemos encontrar a los clientes –o consumidores– y proveedores. La pregunta 13, en este sentido, consulta si la sociedad ha identificado los riesgos y oportunidades en relación con sus grupos de interés y, posteriormente, consulta si se cuenta con un plan de acción para

administrar estos riesgos y oportunidades, si se llevan a cabo informes de evaluación y si estos son reportados públicamente¹.

Si bien en esta pregunta se podrían incluir todas las problemáticas respecto a los grupos de interés, su falta de especificidad —y por su propia formulación— permitiría que las corporaciones no brinden el detalle apropiado respecto a diversas cuestiones que atañen a estos grupos. Su excesiva generalidad, agrupando tanto riesgos como oportunidades y a todos los grupos de interés, no hace factible que se trate todo lo que no es abordado por las demás preguntas de manera adecuada.

El valor de contar con un cajón de sastre planteado como la pregunta 13 recaería en que puede ser usado como un espacio para que la corporación comunique riesgos y oportunidades específicas a su giro o a sus particularidades que no han podido ser tratadas en las otras preguntas. Sin embargo, no pareciera ser efectiva para fomentar la atención y divulgación de todos los aspectos centrales de sostenibilidad no abordados en el RSC.

De esta manera, a pesar de contar con este cajón de sastre, habría que identificar qué preguntas tratan específicamente a la cadena de suministro y al consumo responsable y de qué manera. Una vez definidas, se deberá evaluar si es que las mismas coinciden con las consideraciones del GRI y de los indicadores Ethos-IARSE.

A. Preguntas específicas sobre la cadena de suministro

A lo largo del nuevo RSC podemos encontrar que se trata a la cadena de suministro en la pregunta 15 y en la pregunta 6. Para comenzar, en la pregunta 15 se pide que el emisor indique si es que toma en cuenta aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo en sus criterios de compra o de selección de proveedores². Adicionalmente, se solicita indicar la denominación del documento que evidencie la inclusión de estos aspectos.

Esta pregunta está orientada a explorar el proceso de evaluación de los proveedores. Como se mencionó previamente, este aspecto resulta de importancia, ya que es tomado como un punto de partida para, posteriormente, llevar a cabo la actividad colaborativa con los proveedores. Al limitarse esta pregunta al aspecto de compra y selección, no sería eficaz para que los emisores comuniquen al mercado si se ha llevado a cabo o no un proceso de colaboración con los mismos, el que podría evidenciarse en acuerdos de mejora en los estándares de producción o en si se ha ejercido influencia para la adopción voluntaria de estándares ambientales, sociales o económicos.

En esta misma línea de ideas, la pregunta 6 consulta si la sociedad mide la huella hídrica que genera³. Sin embargo, a diferencia del resto de preguntas ambientales, especifica que se debe considerar “el consumo de agua directo e indirecto en todo el proceso productivo, incluyendo sus diferentes etapas en la cadena de suministros [...]” (Resolución de Superintendente 018-2020-SMV/02).

A diferencia de la pregunta 15, la pregunta 6 va más allá de mencionar si se ha llevado a cabo un proceso de evaluación al seleccionar sus proveedores, exigiendo que los emisores incluyan directamente en su reporte el impacto hídrico que aquellos generan. Esta inclusión sería coherente con los estándares modernos al reflejar que el gasto de recursos en los que incurre una compañía no se limita a los usados en su producción interna, sino también en los que incurrieron aquellos terceros que le proveen de insumos o servicios.

Si bien esta relación es correctamente reconocida en el extremo hídrico, el resto de las preguntas ambientales se limitan a consultar por el consumo de recursos y generación de desechos propios de la compañía. De esta manera, a pesar de que esta inclusión es importante para conocer el real impacto hídrico de la actividad de la corporación, en el resto de áreas (gases de efecto invernadero, recursos energéticos y residuos sólidos) no se

¹ Pregunta 13.-

¿La Sociedad ha identificado los riesgos y oportunidades en relación con sus grupos de interés (como, por ejemplo, colaboradores, proveedores, accionistas, inversionistas, autoridades, clientes, comunidad, entre otros)

En caso sea afirmativa la respuesta a la pregunta 13, indique:

¿Cuenta con un plan de acción para administrar los riesgos y oportunidades con relación a sus grupos de interés?

¿La sociedad cuenta con un informe en el que se evalúen los resultados de su plan de acción y éste ha sido de conocimiento del Directorio?

¿Reporta públicamente su plan de acción y avances con relación a sus grupos de interés? [...] (Resolución 018-2020-SMV/02).

² Pregunta 15.- ¿La sociedad Incluye aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) en sus criterios de compra y/o selección de proveedores de bienes y/o servicios? [...] (Resolución 018-2020-SMV/02).

³ Pregunta 6.- ¿La sociedad mide su huella hídrica? [...] (Resolución 018-2020-SMV/02).

toma en consideración a los generados por la cadena de suministros.

Analizando ambas preguntas en su conjunto, podemos encontrar que hay diversos aspectos fundamentales que conciernen a la sostenibilidad corporativa que no están siendo abordados. Por un lado, como ya se mencionó, resulta visible que no se ha dado un espacio para consultar por las actividades de colaboración en las que debería incurrir una corporación sostenible.

De acuerdo con lo expuesto previamente, la evaluación resulta un punto de partida sobre el cual se podrá facilitar una posterior intervención mediante la colaboración. No obstante, la propia pregunta 15 no resulta suficiente para determinar si: (i) el proceso de evaluación de los proveedores es adecuado; (ii) si es realmente llevado a cabo; (iii) si incluye a solo los nuevos proveedores; y (iv) si se han tomado acciones a partir de las evaluaciones realizadas.

Al igual que en el anterior reporte de sostenibilidad corporativa, se puede concluir que nos encontramos ante la falta de una pregunta que obligue al emisor a detallar los criterios específicos tomados en cuenta o la forma cómo se llevaron a cabo estas evaluaciones. Esta situación ha sido evidenciada en un estudio elaborado por Ernst & Young en el año 2017 sobre los principales desafíos en materia de sostenibilidad, tomando como base los reportes enviados por las empresas emisoras a la SMV. En este estudio se ha identificado lo siguiente:

Más del 70% de las empresas emisoras asegura que utiliza criterios de evaluación que contemplan aspectos sociales y medioambientales en sus procesos de selección de proveedores. Sin embargo, solo el 48% cuenta con políticas definidas sobre selección y evaluación de proveedores en la materia. Eso significaría que los procesos no estarían estandarizados y no hay un mecanismo que permita verificar cómo son realmente desarrollados (Boza & Guerrero, 2017, p. 9).

Tomando en consideración que no se encuentran más preguntas que traten de manera específica a la cadena de suministro, estaríamos ante importantes cuestiones no abordadas sobre la evalua-

ción y el proceso colaborativo con los proveedores. De esta manera, el nuevo RSC carecería de insumos para que, finalmente, los inversionistas cuenten con información suficiente para determinar si es que un emisor cumple con estos estándares.

B. ¿Preguntas específicas sobre el consumo responsable?

A diferencia del caso de la cadena de suministro, el nuevo RSC no ha incluido ninguna pregunta que trate específicamente los estándares de consumo responsable. En este sentido, no se ha abordado las cuestiones de salud y seguridad del consumidor, la contaminación en el uso de los productos, los desechos después de cumplir con su vida útil ni las intervenciones mediante campañas de educación sobre el desecho adecuado o reciclaje de los productos.

La falta de inclusión del impacto ambiental generado en el uso de los productos o servicios ofrecidos por el emisor a los clientes se ve reflejado en que el apartado correspondiente a preguntas ambientales, donde solo se enfoca en la etapa de elaboración de los mismos y no en sus etapas posteriores. De la revisión de las preguntas 3⁴, sobre las emisiones de gases de efecto invernadero, la pregunta 5⁵, sobre el consumo de agua, la pregunta 9⁶, sobre el consumo de energía y la pregunta 11⁷, sobre residuos sólidos, se cae en cuenta que el emisor no está obligado a reportar sobre los impactos y riesgos adversos que puedan causar el consumo de sus productos o servicios y tampoco su desecho. Por otro lado, respecto a la política de reciclaje, esta también es limitada a los propios residuos sólidos generados por el emisor, de acuerdo con la pregunta 12⁸.

Como resultado del análisis esbozado previamente, se puede afirmar que esta limitación a solo reportar los residuos que son generados de manera directa por la corporación en la etapa de producción no resulta acorde a los estándares GRI ni a los indicadores Ethos-IARSE. Como se ha explicado previamente, el consumo responsable forma parte central de la sostenibilidad corporativa en tanto las empresas pueden controlar aspectos concernientes al fomento y cuidado del mismo. De esta manera, la elaboración de productos de cuyo uso y desecho pueden derivarse impactos ambientales y en

⁴ Pregunta 3.- ¿La sociedad mide sus emisiones de [Gases de Efecto Invernadero]? (Resolución 018-2020-SMV/02).

⁵ Pregunta 5.- ¿La sociedad mide su consumo en agua (en m³) en todas sus actividades? (Resolución 018-2020-SMV/02).

⁶ Pregunta 9.- ¿La sociedad mide su consumo de energía (en kWh)? (Resolución 018-2020-SMV/02).

⁷ Pregunta 11.- ¿La sociedad mide los residuos sólidos que genera (en toneladas)? (Resolución 018-2020-SMV/02).

⁸ Pregunta 12.- ¿La sociedad tiene objetivos o metas para gestionar (reducir, reciclar o reutilizar) sus residuos sólidos? (Resolución 018-2020-SMV/02).

la salud, no escapa de la responsabilidad de las corporaciones. La identificación de estos riesgos y las acciones llevadas a cabo para mitigarlos son parte sustancial de la generación de valor ambiental, económico y social con los clientes y, consecuentemente, son importantes para determinar el grado de cumplimiento de estándares de sostenibilidad.

Al igual que en el caso de la cadena de suministro, se está ante aspectos que no son considerados y, al no ser divulgados por la corporación al mercado, los inversionistas carecerían de insumos para determinar si efectivamente estamos ante una corporación sostenible y responsable. A pesar de contar con la pregunta 13, que obraría como un cajón de sastre, todas estas consideraciones mencionadas no pueden ser eficientemente incluidas en aquel. Teniendo esto en cuenta, queda pendiente estudiar si es que el principio de transparencia es afectado por estas omisiones.

VII. ¿SE AFECTA EL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA? OPORTUNIDADES DE MEJORA

Volviendo a la comparación entre el antiguo y el nuevo RSC, no podemos dejar de notar que sí ha habido una mejora sustancial. Como resultado de este nuevo RSC, los inversionistas o posibles inversionistas contarán con una mayor cantidad, calidad y relevancia de información para poder determinar si un emisor cumple con los criterios de sostenibilidad. Sin embargo, a pesar de reconocer este gran paso, existen aspectos centrales que no han sido abordados y que deberían ser incluidos en un reporte de sostenibilidad corporativa para que este refleje realmente la situación de una empresa.

La falta de preguntas que incidan en: (i) el proceso de evaluación y colaboración con los proveedores; y (ii) que aborden los riesgos e intervenciones referentes al consumo responsable, impide que se pueda conocer el real impacto que tiene una corporación en dos de los integrantes de su grupo de interés. Teniendo en cuenta que la divulgación de información completa, puntual, exacta, actual y fiable es importante para la toma de decisiones de inversión (Organización internacional de Comisiones de Valores [IOSCO], 1998, p. 25). Por lo tanto, es necesario reflexionar si el panorama actual afecta al principio de transparencia del mercado.

Como indica la Bolsa de Santiago, hoy en día a los inversionistas les interesa conocer de manera in-

tegral la gestión de las empresas, considerando en su proceso de análisis de inversiones el rendimiento financiero y también los aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Los temas de sostenibilidad y desempeño financiero han comenzado a entrelazarse y esto se refleja en el desarrollo de agendas de sostenibilidad incorporadas en la estrategia de negocio de los emisores (2017, p. 3). En este sentido, en tanto esta información es relevante para la toma de decisión de inversión, el ente regulador del mercado de valores debe promover que sea divulgada.

Del estudio llevado a cabo del nuevo RSC se ha concluido que existen aspectos que los emisores podrían no divulgar al mercado y que, inclusive, podrían llevar a que estos aparenten un carácter de sostenible mientras tienen un gran impacto indirecto con sus proveedores y en sus consumidores. Consecuentemente, los inversionistas se encontrarán en una situación en la que no recibirán información suficiente para determinar objetivamente el grado de cumplimiento de los estándares de sostenibilidad. Al afectarse la suficiencia de información que se divulgaría al mercado, el principio de transparencia –uno de los objetivos de salvaguarda de la SMV– seguiría siendo afectado a pesar de haberse llevado a cabo la modificación al RSC.

La SMV cumple un rol central en la protección de la transparencia del mercado y en el desarrollo de un mercado de valores con emisiones sostenibles. La exigencia de contar con un RSC con más y mejores preguntas no solo ayudaría a que los inversores conozcan adecuadamente la corporación en la que invertirán, si no que impulsaría a las corporaciones mismas a adoptar mejores prácticas en tanto su real sistema de gestión quedaría expuesto. De la misma manera, un reporte con dichas características evitaría que entidades en apariencia sostenibles se vean beneficiadas en un aumento en la demanda y cotización de sus valores mobiliarios emitidos al presentarse injustificadamente como una alternativa de inversión para carteras sostenibles.

Junto con la pendiente tarea del regulador, los emisores podrían optar por acompañar el RSC exigido por la SMV con uno voluntario, siguiendo los estándares GRI y los indicadores Ethos-IARSE en su elaboración. Esta alternativa es reconocida por la SMV en la pregunta 25⁹, abriéndose la posibi-

⁹ Pregunta 25.-

¿La sociedad cuenta con un Reporte de Sostenibilidad Corporativa distinto al presente reporte?

En caso de que sea afirmativa la respuesta a la pregunta 25, indique la denominación del mismo y el enlace web a través del cual se pueda acceder al último reporte disponible [...] (Resolución 018-2020-SMV/02).

lidad que este reporte voluntario sea enlazado al reporte obligatorio. Si bien el voluntario no sigue un formato estándar y eso influye en su capacidad de ser comparable, es una forma de comunicar al mercado de manera más comprensiva sus estándares de sostenibilidad. Adicionalmente, el emisor puede adoptar diversos compromisos ambientales, sociales y económicos y valerse de la pregunta 13, el cajón de sastre, y de la pregunta 1, sobre política ambiental, para comunicarlo en el RSC.

VIII. CONSIDERACIONES FINALES

La idea que el rendimiento económico es lo único que debe importar al momento de invertir ha quedado en el pasado. La necesidad de adoptar estándares de sostenibilidad que aseguren la creación de valor ambiental, social y económico resulta evidente ante las consecuencias que nos ha dejado el modelo productivo depredador bajo el cual hemos estado –y en algunos casos seguimos– desarrollándonos.

El acertado nuevo camino que han tomado los inversionistas cuenta con el reto de evaluar adecuadamente el impacto que tienen las corporaciones al momento de desarrollar sus actividades. Al existir una asimetría informativa entre estos, las entidades reguladoras de los mercados de valores tienen la misión de acortarla y de, para fomentar la transparencia del mercado, establecer la obligación de elaborar un RSC que brinde la información suficiente al inversionista para determinar el grado de cumplimiento de los estándares de sostenibilidad del emisor.

El presente artículo, que se ha concentrado en la problemática de la cadena de suministro y en el consumo responsable, demuestra que no podemos hablar de conclusiones, sino de un punto de partida para repensar el nuevo RSC a la luz de estándares internacionales, como podrían ser los ODS, el GRI o los indicadores Ethos-IARSE. Esta labor, que deberá ser llevada a cabo con un enfoque interdisciplinario y comparativo, ayudará finalmente a que se divulguen reportes en donde se aprecie el impacto directo e indirecto en el que los emisores incurren en el desarrollo de sus actividades. 

REFERENCIAS

- Aliaga Farfán, J., & Torres Tejada, F. (2004). Protegiendo la integridad del mercado de valores peruano: Prohibición de prácticas de manipulación de precios. *Ius et Veritas*, (28), 39-54.
- Andreu Pinillos, A., & Fernández Fernández, J. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporati-

va: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard Deusto Business Review*, (207), 4-21.

- Baldarelli, M., Del Baldo, M., & Ferrone, C. (2015). The Relationships Between CSR, Good Governance and Accountability in the Economy of Communion (EoC) Enterprises. En S. Idowu, C. Strue, A. Yüksel, & M. Juul (eds.), *Corporate Social Responsibility and Governance, Theory and Practice* (pp. 3-38). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10909-1>

- Bolsa de Santiago (2017). *Cómo incorporar factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo: Diseño y Construcción de Reportes de Sostenibilidad, una guía para emisores*. <https://servicioscms.bolsadesantiago.com/noticias/SiteAssets/Paginas/Forms/EditForm/Gui%CC%81a%20Sostenibilidad%20de%20Emisores%20Bolsa%20de%20Santiago.pdf>

- Boza, B., & Guerrero, G. (2017). Desafíos en materia de Sostenibilidad Corporativa en el Perú, estudio elaborado sobre la base de los reportes enviados por las empresas emisoras a la superintendencia de Mercado de Valores. https://www.ey.com/es_pe/sustainable-development-goals/desafios-en-materia-de-sostenibilidad-en-el-peru

- Campuzano, L. (2010). La responsabilidad social empresarial: ¿verdadero compromiso o simple moda? *Revista Derecho PUCP*, (64), 121-129. <https://doi.org/10.18800/derechopucp.201001.008>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/S1801141_es.pdf?sequence=24&isAllowed=y

- Global Reporting Initiative [GRI] (2016a). *GRI 308: Supplier Environmental Assessment*. <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=eabe84e4-3681-44ae-92ab-a7cbac7a0d62>

(2016b). *GRI 416: Customer Health and Safety*. <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=eabe84e4-3681-44ae-92ab-a7cbac7a0d62>

(2020). *GRI 306: Waste*. <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=eabe84e4-3681-44ae-92ab-a7cbac7a0d62>

- Granda Revilla, G., & Trujillo Fernández, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía industrial*, (381), 71-76.
- Hoballah, A., & Averous, S. (s.f.). Objetivo 12 – Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles: un requisito esencial para el desarrollo sostenible. *Crónica ONU*. <https://www.un.org/es/chronicle/article/objetivo-12-garantizar-modalidades-de-consumo-y-produccion-sostenibles-un-requisito-esencial-para-el>
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial [IARSE] (2019). *Indicadores ETHOS-IARSE para negocios sustentables y responsables, versión 3.3*. [http://www.iarse.org/uploads/Indicadores%20IARSE%20ETHOS%20V3.3%20\(1\).pdf](http://www.iarse.org/uploads/Indicadores%20IARSE%20ETHOS%20V3.3%20(1).pdf)
- Instituto de Estudios Superiores de la Empresa Business School [IESE] (2002). *Código de gobierno para la empresa sostenible: Guía para su implantación*. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-94.pdf>
- Martínez Ortiz, J. (2003). Los objetivos de la regulación del mercado de valores en la legislación nacional, análisis crítico. *THĒMIS-Revista de Derecho*, (47), 235-242.
- Organización internacional de Comisiones de Valores [IOSCO] (1998). *Objetivos y principios para la regulación de los mercados de valores*. <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD82-Spanish.pdf>
- Payet Puccio, J., & Castillo Loo, S. (2009). Integridad y Manipulación en el Mercado de Valores. *Derecho & Sociedad*, (32), 25-35.
- Reggiardo Denegri, A., & Ugarte Maggiolo, M. (1997). La transparencia del mercado y el insider trading. *THĒMIS-Revista de Derecho*, (35), 263-278.
- Sancha, C., & Giménez, C. (2017). ¿Cómo extender la sostenibilidad da los proveedores? *Harvard Deusto Business Review*, (273), 6-13.
- Superintendencia del Mercado de Valores [SMV] (2019a). *Informe Conjunto 1088-2019-SMV/06/11/12*. https://www.smv.gob.pe/Consultas/P8/temp/RSMV_023-2019.pdf
- (2019b). *Informe Conjunto 1540-2019-SMV/06/11/12*. https://www.smv.gob.pe/Frm_SIL_Detallev1.aspx?data=EFCD8ADDE4116F5F5F6745D41E8038DCEE3DD6F61D5FCBF1
- Villena, V., & Gioia, D. (2020). A more Sustainable Supply Chain. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/amp/2020/03/a-more-sustainable-supply-chain>
- Visser, W. (2014) *CSR 2.0 Transforming Corporate Sustainability and Responsibility*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-40874-8>
- Zapata, L. (2012). *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad* (tesis para optar por el grado de Magister). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

LEGISLACIÓN, JURISPRUDENCIA Y OTROS DOCUMENTOS LEGALES

Decreto Supremo 093-2002-EF, Aprueban el Texto Único Ordenado de la Ley del Mercado de Valores, Diario Oficial *El Peruano*, 15 de junio del 2002 (Perú).

Resolución 033-2015-SMV/01, Incorporan anexo adicional a la Sección IV de la Memoria, numeral (10180), "Reporte de Sostenibilidad Corporativa", 15 de diciembre de 2015 (Perú).

Resolución 018-2020-SMV/02, Sustituyen el "Reporte de Sostenibilidad Corporativa", aprobado por el artículo 1 de la Resolución SMV 033-2015-SMV/01, Anexo de la Memoria, numeral (10180), 06 de febrero de 2020 (Perú).