



De pie, de izquierda a derecha: Hilario Albarracín, socio responsable de auditoría de KPMG; Alberto Muelas, gerente de responsabilidad corporativa de Indra; Emilio Vera, gerente de *reporting* de Telefónica, y Tomás Conde, director de sostenibilidad de BBVA. Sentados: José Luis Blasco, socio responsable de cambio climático y sostenibilidad de KPMG; Javier Perera de Gregorio, director de organización y responsabilidad social de Enagás, y Etienne Butruille, director del área de cambio climático y sostenibilidad de KPMG.

Informes integrados para ganar valor y credibilidad

Las compañías están ante un cambio profundo en todo lo que tiene que ver con la presentación de la información a los grupos de interés. El informe integrado se alza como la opción que mejor satisface las necesidades de los mercados, la sociedad, los inversores, los clientes... ya que estos piden otro tipo de información a las compañías y no solo los estados contables.

En un contexto de crisis como el actual, los informes integrados ofrecen credibilidad, confianza y transparencia en las organizaciones que se inclinan por su adopción. Las dudas que frenan un tanto su aplicación tienen que ver con la dificultad para establecer unos principios homogéneos, comparables y medibles en cuanto a los formatos de presentación para la información financiera y no financiera. En este sentido, España está en una buena posición para fijar estos formatos gracias a los trabajos que está realizando la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), junto a empresas y organismos como el Banco de España o la CNMV.

Estas han sido algunas de las conclusiones de siete expertos en la mate-

Las compañías tienen que hacer frente a unos grupos de interés que piden más información y no solo la financiera. La transparencia y la confianza están en juego

ria invitados a un desayuno de trabajo organizado por **CincoDías**, en colaboración con KPMG, bajo el título *Integrated reporting: el reto de mejorar la información de negocio*.

Tomás Conde, director de sostenibilidad de BBVA, indicó que la información integrada es una gran oportunidad y muestra el impacto de las compañías en la sociedad. "Trabajamos bajo el principio de transparencia y esta obliga a dar mejor información y más relevante".

Por su parte, Alberto Muelas, gerente de responsabilidad corporativa de Indra, señaló que lo positivo del informe integrado es que da confianza, transparencia y *engagement*, al ser un reflejo de la gestión integrada dentro de las compañías. "Es decir, que no se trata solo de hacer un informe integrado, sino de

TEXTO
JAVIER CARAZO
FOTOGRAFÍA
PABLO MONGE

una integración de la gestión dentro de nuestras empresas".

Hilario Albarracín, socio responsable de auditoría de KPMG, apuntó que la transparencia es algo que están reclamando más los distintos *stakeholders* y el informe integrado se ha convertido en la herramienta básica. "Aumenta la transparencia, la confianza, liga la estrategia de los consejos con los resultados económicos, con los riesgos, etcétera". En su opinión, el problema que existe tiene que ver con la dificultad de poner toda esta información estructurada de una forma homogénea para que todas las compañías puedan reportar al mercado.

Javier Perera de Gregorio, director de organización y responsabilidad social de Enagás, expuso que las organizaciones tienen la responsabilidad social de

crear una tendencia o una nueva cultura. "Debemos originar una nueva generación de *reporting*, garantizando que las compañías demos toda la información para que los grupos de interés estén informados".

Para José Luis Blasco, socio responsable de cambio climático y sostenibilidad de KPMG, asistimos a un cambio del siglo XX al XXI en estos puntos. "En el pasado siglo las empresas estaban valoradas por los activos financieros, pero ahora el activo fundamental de la compañía es la confianza". Blanco apuntó que ese cambio de capital y de activo obliga a cambiar también la forma de contarlo. "Las compañías no trabajan por buenismo, sino porque ha cambiado la perspectiva".

Emilio Vera, gerente de *reporting* de Telefónica, aclaró que se trata de aferrar el valor real de las compañías. "Estamos hablando de intangibles que están creando valor. El informe integrado nos permite tener una visión más real de las compañías". Pero, al mismo tiempo, Vera puso énfasis en que aún queda mucho trabajo por hacer, ya que las metodologías no son las mismas y los niveles de auditoría tampoco. "Falta homogeneidad",



Los intangibles como valor de compra

Para ilustrar la importancia que ha cobrado la parte de la información no financiera en la valoración de las compañías por parte de los grupos de interés, Muelas sacó a colación un trabajo del IIRC (ver gráfico). Según este, en 1975 el 83% del valor de las compañías se explicaba por activos tangibles, mientras que en 2009 solo el 19% del valor del mercado de las empresas se explicaba por el valor financiero, y el resto por intangibles. "Y eso son decisiones de compra que toma cualquier inversor".

Para Blasco, hay que distinguir lo que es *reporting* de lo que es *report*. "Reporting es para gestionar a través de las herramientas que se considere más oportunas, no porque existan, sino porque son viables para comunicar esos mensajes a sus diferentes públicos. Los clientes necesitan un tipo

INICIATIVAS

● Conde alabó la iniciativa de AECA para presentar la información financiera y no financiera con el formato XBRL. "Va a forzar a buscar esos indicadores numéricos que pongan en valor variables sociales que difícilmente se pueden cuantificar. Esto democratiza la información".

de información y los inversores otros detalles". A su juicio, también hay que incluir los temas de gobierno corporativo.

Sobre qué interés tiene la alta dirección en estos asuntos, Vera añadió que en el caso de Telefónica existe una comisión dentro del consejo de administración. "Eleva directamente al consejo estos temas es ya un paso muy importante".

Y acerca de cómo se encuentran las empresas españolas, Perera de Gregorio enfatizó que "somos muy buenos. Tenemos los mismos protocolos y la misma intuición. En cuanto a los recursos, las organizaciones estamos luchando por tener los necesarios".

Albarracín subrayó que con el informe integrado se incorpora una visión a los distintos usuarios mucho más amplia sobre cuál es la situación de las cuentas en un momento determinado. Si la estrategia es sostenible, etcétera. "Facilita más información. Es más completo y continuo".



JOSÉ LUIS BLASCO

Socio responsable de cambio climático y sostenibilidad de KPMG

"Un asunto es la fiabilidad de la información, el consenso, y luego está qué hago yo con la información que estoy obteniendo de esos sistemas"



EMILIO VERA

Gerente de 'reporting' de Telefónica

"Hay diferencias entre el 'reporting' financiero tradicional y el de sostenibilidad: legislativas, de indicadores... La parte financiera tiene un 'assurance' perfectamente válido y por la otra no lo hay"



TOMÁS CONDE

Director de sostenibilidad de BBVA

"Existen problemas sobre cuál es la información sujeta a aprobación por la junta de accionistas, la legal, y los riesgos operativos que conlleva si vas con una información no estrictamente financiera"



JAVIER PERERA DE GREGORIO

Director de organización y responsabilidad social de Enagás

"Las organizaciones están en una política de optimización y eficiencia de costes. Las firmas que vinculemos la estrategia a la sostenibilidad demostraremos que es estratégico"



ALBERTO MUELAS

Gerente de responsabilidad corporativa de Indra

"Los grupos de interés piden los informes integrados. Necesitan otro tipo de información sobre la compañía, ya que no se valoran las empresas con los mismos criterios de hace 20 años"



HILARIO ALBARRACÍN

Socio responsable de auditoría de KPMG

"Los inversores o analistas, cuando comparen la información integrada de las compañías, tienen que estar acostumbrados a ver la misma información. Si esto no está puesto de manera homogénea, es complicado"

añadió. En esta línea, expuso que la transparencia es fundamental, pero que esta no es posible si no hay comparabilidad. "Quedan muchas cosas pendientes".

Etienne Butruille, director en el área de cambio climático y sostenibilidad de KPMG, remarcó que la gente está empezando a convencerse de que es una buena idea el informe integrado, "pero no se ha demostrado cómo hacerlo y hay una necesidad de saber cómo se convierte esa idea en una realidad".

Perera de Gregorio comentó, a la hora de elaborar estos informes, que la dificultad se encuentra en el hecho de que debe ser la radiografía de las organizaciones. "El gran esfuerzo está en cómo se integran los modelos de gestión de la compañía, cómo se aúnan los esfuerzos y cómo estamos todos orientados a la estrategia. La memoria es la parte final del proceso y los grupos de interés están demandando eso. Nos piden que seamos más concretos, concisos, estructurados y que facilitemos esa comparación".

Blasco matizó que este tipo de informe pone sobre la mesa cuál es el tipo de información y la credibilidad de la información que tiene que tener la compañía. "Nos evoca una manera de ver



El inversor institucional no es el único 'stakeholder' importante

las cosas más enfocada al punto de vista de los inversores. Estos ya no están tanto en el área del corto plazo, sino en el largo".

Conde dejó claro que para los informes integrados el inversor institucional es un *stakeholder* muy importante, pero no el único. En su intervención, señaló que el informe integrado pretende dar información "casi" en igualdad de oportunidades a todos los grupos de interés. "Al final, menos es más: es preciso una información relevante, comparable, auditada y estratégica, de tal forma que cualquiera que sea el grupo de interés tenga información suficiente".

Vera puso el ejemplo de Telefónica a la hora de elaborar informes de responsabilidad. El directivo dijo que la compañía realiza unos 18 informes. "Cada país en el que estamos tiene su propia idiosincrasia. Así, hablar de temas de sostenibilidad en Reino Unido o Alemania no es lo mismo que en Colombia o Brasil. Por ejemplo, en Reino Unido últimamente son más sensibles a la integración de la juventud, en Alemania son muy verdes, en Colombia se preocupan de los recursos humanos". En su opinión, en España hay un déficit en inversores socialmente res-

ponsables. "Aquí estamos bastante por detrás de otros países".

Albarracín indicó que era necesario que los informes diesen información relevante y habló del papel que juegan los auditores al respecto, ya que deben mostrar la seguridad sobre el informe integrado. "Ahora mismo se percibe el papel del auditor como auditores de una foto de unos estados financieros que ya han pasado cuando se han emitido. Pero nuestra labor tiene que ser también dar ese *assurance* en esa información".

Muelas avanzó que las compañías internacionales han avanzado mucho en informes online. "Una de las claves de los informes integrados del futuro pasa por el apoyo de las tecnologías de las webs, que nos permiten estructurar la información de una manera distinta". Asimismo, transmitió que a corto plazo estos informes tienen que aprobarlos las juntas de accionistas. "En nuestro caso, se aprueba por el Consejo de Administración y este año por primera vez se ha incluido para su aprobación por la junta".

Por último, Butruille recordó, como resumen, que el informe integrado es un instrumento básico para mejorar la transparencia y confianza.