

**LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO
HERRAMIENTA DE SOSTENIBILIDAD EN EL METRO DE MEDELLÍN EN
CONTRASTE CON EL IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL
DE LOS USUARIOS.**

DEISY JOHANNA GONZÁLEZ CANO

deisy481@hotmail.com

JUAN MANUEL GONZÁLEZ VALENCIA

jmanuel1988@hotmail.com

ALEXANDER HOYOS FERNÁNDEZ

alexander5611@gmail.com

ASESOR TEMÁTICO:

WILMAR ALFREDO CAMPO BALBÍN

Resumen

En los últimos años los grandes cambios económicos, políticos, sociales y ambientales obligan a las empresas a destacarse frente a sus competidores y la sociedad al entregar sus informes con datos tanto cuantitativos como cualitativos sobre su desempeño en las áreas sociales, ambientales y económicas de la empresa, los cuales se les denomina Informes de Responsabilidad Social orientados por la Guía del Global Reporting Initiative, GRI, en donde de una manera clara, lógica y transparente tratan de exponer su desempeño a sus Grupos de interés (sociedad, proveedores, empleados, clientes, gobierno, accionistas, bancos, entre otros).

A partir de este escenario, la presente investigación pretende confrontar los resultados que ha tenido el informe de sostenibilidad y la forma en que los usuarios de la empresa de transporte masivo más importante de la ciudad de Medellín lo perciben y las consecuencias que se generan en ellos.

Palabras Claves: Global Reporting Initiative, Responsabilidad Social, Grupos de interés, Memoria de Sostenibilidad, Usuarios.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las grandes empresas Colombianas como Bancolombia, Argos, Ecopetrol, Alpina, Metro de Medellín, entre otras, incorporan nuevas herramientas de Responsabilidad Social Empresarial para mostrar a la comunidad nacional e internacional su desempeño, compromiso, fortalezas y debilidades; tanto de su entorno interno como externo, con el fin de obtener o conservar un buen nombre a nivel mundial.

Las herramientas que han incorporado estas empresas antes mencionadas, son las más utilizadas a nivel internacional, siendo la más importante y vigente el GRI (Global Reporting Initiative) con una Guía que incluye aspectos trascendentales como sus avances, su visión, el trato a sus proveedores, clientes y/o usuarios, empleados, junta directiva, entre otros; cumpliendo tres reglas generales las cuales son: que los informes de sostenibilidad tienen que ser comparables, medibles y verificables.

Al tratarse de un tema nuevo en el país, que sólo las grandes empresas aplican, hacen de éste un tema original, ya que ni académicamente en los Programas de Contaduría Pública se ha enseñado o analizado esta nueva Guía (que se encuentra en su cuarta versión) y que en un futuro podrían ser utilizados como un medio de control para las empresas sin importar su tamaño y/o su actividad económica.

Hoy en día todas las empresas necesitan apoyar la meta de encontrar un desarrollo sostenible mundialmente, de manera que sus competidores, clientes y comunidad tengan una armonía de crecimiento, se sostenga en el tiempo y a su vez genere calidad de vida a su entorno, la implementación que se tiene en las grandes empresas del informe de sostenibilidad debe llegar a todas las empresas sin importar su tamaño, con el fin de que se vuelva un referente general para la ejecución e influencia en la sociedad.

La finalidad de la investigación pretende conocer la percepción de los usuarios y confrontar el informe de sostenibilidad que brinda el Metro de Medellín a la sociedad, ya que se pretende verificar si este reporte brinda información verdadera o simplemente son palabras para posicionar la empresa ante diferentes grupos de interés.

Para ello se contrastan las memorias de sostenibilidad que tiene el Metro de Medellín bajo la Guía G3 en los años 2011, 2012 y 2013, posteriormente bajo encuestas a los usuarios que utilizan el transporte masivo de la ciudad de Medellín y que se encuentran en zonas de influencia. Con ellos se determina la información relevante, se analiza e interpreta.

II. ANTECEDENTES

Las empresas y la sociedad en conjunto interactúan entre sí para conseguir un beneficio mutuo, por lo tanto se presentan retos para armonizar los contenidos económicos y no económicos, sin embargo, se detecta que en la vida real se ha optado por cumplir más los retos económicos, debido al sistema actual de la economía (Capitalismo), lo cual impide que la mayor parte de los objetivos diferentes a dinero sean alcanzados. Pese a que es evidente la preocupación mundial, respecto a temas sociales y ambientales, la efectividad y la eficacia de las políticas, acciones y programas planteados aún difieren de las planeaciones iniciales de las empresas, pues no se logra la noción de desarrollo sostenible que pueden tener.

Así pues, surge la noción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la cual se intenta integrar los objetivos económicos de las organizaciones con su entorno social y medio ambiental. La profundidad en el tema de RSE, se puede explicar desde un plano estratégico, de organización y de recursos humano e intersectorial, abriendo la posibilidad de generar compatibilidad con el desarrollo humano y el desarrollo sostenible de las empresas. A pesar de la dificultad que conlleva conocer plenamente al ser humano y sus necesidades, el desarrollo sostenible de las empresas debe tener políticas que generen oportunidades de calidad de vida a sus múltiples grupos de interés.

En el concepto de desarrollo humano se reconoce la agencia de las personas y de las organizaciones, lo que justifica las estrategias e inversiones para fortalecer la capacidad humana e institucional. Las libertades se convierten en elemento fundamental de desarrollo, ya que sin ellas no hay alternativas, y sin alternativas no se puede escoger. El desarrollo debe generar oportunidades y derechos para las personas que les permitan fortalecer capacidades para lograr realizaciones. Al mismo tiempo, debe combatir las anti libertades que merman las posibilidades de vivir bien, como las enfermedades, la falta de educación o la exclusión política. Desde esta perspectiva, el crecimiento económico sería entonces un componente más del proceso de expansión de derechos y capacidades” (Moreno, Uriarte, & Topa, 2010, p. 61).

Cabe aclarar que hoy en día se ha buscado cómo vislumbrar el concepto de RSE desde una normativa internacional hacía una local, entre las que se pretende cambiar el sistema actual de la economía por un modelo ecologista, en donde el actual se complemente y la humanidad se prolongue como especie en el planeta.

A pesar de que la RSE es un tema que se viene dando desde los años cincuenta, aún se sabe que es un concepto muy fluctuante, que seguirá evolucionando, en el cual influyen tres aspectos: la globalización de cambios en las operaciones de las compañías, gobernanza en los procesos de toma de decisiones, desarrollo sostenible modificando la forma de producir bienes y/o servicios.

Para tener más bases en cuanto al tema, se debe realizar una diferenciación entre Balance Social e Informe Social, el Balance Social está más enfocado en la gestión social y si la empresa cumple sus objetivos referente en dicho ámbito social; mientras que el Informe social, va más allá, tomando información ambiental y económica. En este orden de ideas el desarrollo sostenible debe tener balances sociales y ambientales que incrementen la calidad de vida de las personas.

De acuerdo con los actuales retos de las organizaciones, se plantean los beneficios de la inclusión en los objetivos organizativos, la responsabilidad social empresarial debe ser a largo plazo y no de momento.

El término RSE es un concepto filantrópico, entendiéndose “filantropía” como un vocablo de origen griego que significa “amor al género humano” (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011). Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo a cambio. Se conoce como filantrópico a los sujetos u organizaciones que suelen desarrollar proyectos solidarios, en este orden de ideas, se pretende que las compañías incluyan información ambiental, social y económica, con el fin de que la empresa sea sostenible en el tiempo, sin embargo, estas medidas no deben ser tomadas por problemas de forma sino de fondo, de manera que no se convierta en algo de moda y de simple cumplimiento y para ello deben ser incluidas dentro de sus planes estratégicos.

La Responsabilidad Social según el Libro Verde de la Unión Europea dice: “la responsabilidad social de las empresas viene dada por las iniciativas propias de éstas, al margen de sus obligaciones legales, para lograr objetivos sociales y ambientales en su actividad cotidiana” (Arias, Cortés, Hernández, Orjuela, & Téllez, 2010, p. 90).

Siguiendo los lineamientos del Libro Verde, la RSE se divide en dimensiones internas y externas, se concluye que la RSE a nivel interno busca que los empleados se sientan más identificados con la empresa, tener un mayor rendimiento, obtener un personal con mayor calidad y mejorar la cultura organizacional; en cuanto al medio ambiente, hay una reducción en los costos de producción, mejoramiento en la calidad de los productos, aumento en la imagen de la compañía, entre otros. En el ámbito externo, se tiene un mayor respaldo de los entes gubernamentales, financieros y consumidores, se percibe una diferenciación de la marca en el mercado, aumento de las ventas y por tanto un incremento en el valor de la compañía; en cuanto a derechos humanos se proporciona unos estándares laborales para la realización de negocios transparentes y justos, disminución o eliminación de sanciones comerciales, etc.

Por lo tanto, la RSE no sólo se caracteriza por problemas de tipo ambiental, sino también por problemas que aquejan a la comunidad, como los son la violación de los derechos humanos y las malas condiciones laborales, adicionalmente, las empresas están llamadas a enfocar sus labores de acuerdo a los principios de solidaridad, desarrollo sostenible y de protección de la dignidad humana; cabe destacar que las empresas siempre buscan un rendimiento en sus negocios, puesto que los socios

invierten sus activos para tal fin, sin embargo, es necesario que también se piense en un bien colectivo, a fin de que todos salgan beneficiados o al menos comprometerse a no afectarlos.

“El tema de la Responsabilidad Social Empresarial, ha tomado gran trascendencia en el entorno en que se desarrollan las organizaciones”(Álvarez Osorio & Zamorra Londoño, 2010, p. 122); partiendo de este concepto se desenvuelve una temática amplia referente hacia donde apuntan las empresas hoy en día, pues muchas de ellas han perdido credibilidad, debido a los múltiples fraudes empresariales, la falta de conocimiento de las compañías frente a las necesidades de la sociedad, su empleados, sus clientes, entre otros, teniendo en cuentas éstas nuevas tendencias de la humanidad, la cual está más impulsada por un crecimiento sostenible, ha llevado a las organizaciones a repensar sobre sus informes empresariales con el fin de obtener nuevas delanteras sobre otras organizaciones en el ámbito fiscal, comercial, imagen corporativa, eficiencia, etc.

La RSE busca estimular su aplicación por medio de varias nociones, entre éstas están, la renuncia a premisas económicas como la consecución de utilidades y conseguir unos fines más altruistas, ecológicos y sociales, partiendo de estas premisas podemos confirmar que la RSE lleva unos fines demasiados utópicos, pues estos van en contra del actual modelo capitalista y del pensamiento de miles de personas en el mundo, a pesar de ello, las múltiples convenciones y tratados actuales han permitido un desarrollo eficaz y concientiza a las personas sobre los riesgos que corre la humanidad a largo plazo; por ejemplo, muchas personas ya optan por no llevar lo que consumen en bolsas, compran productos de empresas que tienen un sentido de pertenencia por el medio ambiente y la sociedad, en este sentido es importante resaltar que se está empezando a generar una mayor conciencia en la humanidad, en lo que se quiere como seres humanos en el futuro, no sólo por la población actual sino también por las futuras generaciones.

Entre los diferentes fines que busca la RSE, se cuenta principalmente con la Calidad Empresarial, para ellos, utiliza tres puntos de vista:

- Clientes: Esta variable mide el nivel de satisfacción, fidelidad y la experiencia que tenga con el producto o servicio.

- Procesos Internos: Mide la maximización de los rendimientos, disminución de los tiempos de ciclo y eliminación de los cuellos de botella.
- Innovación: Resultado de modificar los productos actuales, de crear nuevos e incremento de la productividad.

Por ejemplo, si las variables de calidad de la empresa son diferentes a la calidad de los clientes, se debe encontrar un punto de encuentro entre la variable calidad del cliente y la RSE que generen asociación, lo que significaría encontrar una influencia de lo que quieren los clientes y los procesos internos e innovación de la organización, creándose un valor agregado para la compañía.

Adicional a la calidad, la RSE también se relaciona con las finanzas, dicha relación surge por la creciente tendencia a contar con información ambiental, social y ética para tomar decisiones en lo que se quiere invertir. Las más importantes empresas en el mundo describen en sus informes de sostenibilidad sus aspectos sociales, económicos y medioambientales de sus actividades, las cuales exponen sus desarrollos en buenas prácticas de RSE, difundiendo sus efectos positivos generando transparencia para generar confianza y que se generen mayores incrementos de rentabilidad.

Como soporte se exponen que las mayores firmas del mundo desarrollan prácticas de RSE para aumentar sus finanzas y su valor.

Las finanzas, en el contexto de la RSE se materializan de forma destacada en los Estados Unidos, donde es creciente la presión pública y ha surgido el intento de crear, junto a los indicadores de calidad usuales, una familia ISO de calidad social que permita a los “inversionistas” elegir empresas que la practiquen. Las firmas con estrategias claras y desarrolladas con responsabilidad social están siendo “mejor” valoradas por los mercados y además, los más prestigiosos fondos de inversión americanos ya no invierten en empresas que no dispongan de memoria social y medioambiental (Saavedra Garcia, 2011, p. 45).

La RSE se relaciona y va de la mano con la ética empresarial, ya que las actividades económicas de las empresas deben tener la obligación de estar con el bien común de la sociedad en la cual se desenvuelven. Debe existir la búsqueda de los objetivos propios de la organización pero de la mano de los intereses de los demás. Sin embargo, según Milton Friedman, la única Responsabilidad social “es maximizar la rentabilidad de los accionistas para así, poder ofrecerle a la sociedad mejores productos y precios, generando empleo, producción e inversión” (Martínez Herrera, 2011); pero hoy en día, el mundo discrepa de este modelo por la ambición, corrupción, los monopolios, los oligopolios, entre otros.

En conclusión se confirma que:

La RSE no busca más que evidenciar comportamientos de sensibilidad social y ambiental dentro de la cultura corporativa, lo que vislumbra serias intenciones de reconstrucción de una sociedad con los criterios de justicia social, que a su vez sugiere mayores índices de equidad, una mejor distribución de la riqueza, un mayor compromiso con la protección del ambiente y en general de respeto hacia la naturaleza (Robayo, 2013, p. 32).

Dichos factores o criterios, representan aspectos relevantes para la consecución de una mejor calidad de vida de los diferentes grupos de interés.

Por consiguiente, la RSE al tratar de reconstruir la sociedad debe tener en cuenta dos dimensiones:

- La Dimensión Interna, la cual está dividida en prácticas sociales y medio ambientales. En las prácticas sociales están incluidas la gestión de los recursos humanos; salud y seguridad en el lugar de trabajo; reestructuración, gestión de las crisis empresariales y adaptación al cambio. Las prácticas medio ambientales son el reducir el consumo de materiales, de energía, la dispersión tóxica asociada a los productos y servicios, aumentar el reciclaje en toda la cadena del producto, promover el uso sostenible de los recursos renovables, durabilidad de los objetos y aprovechar al máximo los bienes y servicios.

- La Dimensión Externa, se encuentra dividida en el ámbito de las comunidades locales y las relaciones con sus clientes y proveedores. En el ámbito de las comunidades locales, están las acciones sociales, que son actuaciones que no dan lucro a las organizaciones, y su objetivo está el contribuir de manera positiva en la calidad de vida de la sociedad en donde está asentada la empresa. Las relaciones con sus clientes y proveedores, es la interacción entre ellos que provoca que cada una de sus acciones afecten o influyan con sus resultados finales. Por lo tanto los compromisos de RSE también tiene que ser adaptados por las demás empresas para trabajar en conjunto, y así lograr fines comunes para el beneficio de ambos.

La nueva teoría plantea que la responsabilidad social debe abarcar todas las expectativas de la sociedad, o sea las personas que son afectadas por la acción de la organización como son los empleados, clientes, proveedores, competidores, comunidad cercana a la empresa y la sociedad en general. Estos grupos son denominados grupos de interés de la empresa.

La principal pretensión del concepto de grupos de interés es afirmar que la empresa en su dirección es responsable no solo de los accionistas sino también de otros grupos que tienen intereses en las acciones y decisiones de dicha organización. Esta teoría de los grupos de interés implica entender que la empresa es una institución social que configura un proyecto plural en el que toman parte un número de grupos con derechos y exigencias, y donde no deberían contar únicamente los intereses de los accionistas. La teoría implica la búsqueda de parte de la dirección de la empresa de un equilibrio entre las exigencias legítimas de los diversos grupos de interés que la componen (Martínez Herrera, 2011, p. 28).

En resumen, la RSE debe responder a la sociedad para mejorar el desequilibrio social y ambiental y no por moda empresarial o por simple obligación. La RSE se demanda partiendo de sus grupos de interés, entre algunos y de acuerdo a su relación con la RSE, están:

La Dirección: la dirección se encarga del progreso de las estrategias que desean incorporar de RSE, así, con un análisis se puede determinar si la empresa actúa por

convicción (directivos dedicados) o estrategia (directivos que se anticipan o reaccionan a ciertos acontecimientos, puede ser bueno si se observa que la empresa lo toma por el surgimiento de un problema).

Trabajadores u Representantes: a pesar que no tienen un alto conocimiento acerca de la RSE, se puede utilizar su observación (desde afuera), e implicarlos en un asunto de RSE a través de decisiones o incentivos, viéndose su contribución en la mejora de los resultados finales.

Autoridades Públicas. Estos pueden promover objetivos de RSE; o dependiendo del objetivo que tome la empresa, ellos pueden decidir si ser o no parte de ella; también las autoridades públicas pueden aprender nuevas estrategias de RSE.

Comunidad: Es conocer las expectativas y darles participación en los objetivos estratégicos de la empresa, teniendo la facultad de que ellos mismo se hagan conocer.

Proveedores: El deber de tener fines en común respeto a la RSE y la medida con que lo hacen, ya que ello influye en la empresa.

Consumidores: La fidelidad es influenciada por la confianza que los consumidores tengan en la empresa, de su buen actuar en el contexto social, ambiental y social.

En los grupos de interés se presentan incidencias económicas directas e indirectas al implementar una RSE, entre los directos puede ser un mejor ambiente laboral, donde se incrementará la productividad, ya que los trabajadores se van a sentir más comprometidos con la organización, además va a haber un eficaz manejo de los recursos. Y entre los indirectos está el aumento de los consumidores e inversionistas, lo cual se traduce en una mejor reputación y competitividad de la empresa.

Hay diversos términos que confluyen con la RSE y los grupos de interés, como los son la proyección operativa de las actuaciones de la empresa socialmente responsable, que en resumen son a nivel interno con los empleados y la producción, se establecen las condiciones laborales y los impactos medioambientales y a nivel externo el tema de los derechos humanos, la problemática ecológica global y los grupos sociales relacionados con la actividad de la empresa, también denominados “grupos de interés exteriores” o ajenos a la empresa, como los son las comunidades locales, socios comerciales,

proveedores, consumidores de bienes y usuarios de servicios. Se plantea también una problemática sobre la gestión de la transparencia de los mecanismos de la responsabilidad social, donde el control interno y externo resulta necesario para mirar el desarrollo de la empresa en el tema de la justicia social y cooperación para el desarrollo y sostenibilidad de la economía global. En este orden de ideas, es necesario que los gobiernos impongan una obligación legal, jurídicamente exigible, de modo que sea posible el control y una evaluación efectiva para bien de los accionistas y demás usuarios de dicha información.

“En suma: un entorno socialmente responsable y una sólida cultura de la sostenibilidad proporciona el marco idóneo para el encauzamiento eficaz de las inversiones responsables, así en el orden nacional doméstico como en el transfronterizo” (Ibáñez Jiménez, 2004, p. 49).

Hay estudios que critican la teoría de los grupos de interés, pues a la final la concentración se basa propiamente en el inversor y por consiguiente los informes resultan siendo netamente financieros, pues hay varias dificultades para definir los usuarios, lo que conlleva a tener problemas con la gestión de las expectativas de la información hacia los diferentes grupos de interés. Los informes actuales sólo alcanzan objetivos genéricos, los cuales son planteados por la gerencia o las presiones regulativas de los estados o del mercado, entre ellos el Global Reporting Initiative (GRI), como una de estas presiones regulatorias, lo que conlleva a un simple requisito o cumplimiento, el cual “se torna en un “formato” que se llena y diligencia en cada periodo con fines de legitimación con el medio y gestión de la imagen corporativa” (Gómez Villegas, 2006, p. 100).

Los informes de sostenibilidad son la guía o resultado final de la implementación de la RSE en la empresa; la evolución y tendencia de los informes de Responsabilidad Social Empresarial se da desde la aparición del GRI en 1997 hasta los informes del año 2013 con el perfeccionamiento de la Guía G3, actualmente en el 2014 se aplicará la Guía G4 para los informes a presentar en el 2015; su implementación en espacios diferentes a las grandes empresas, conlleva a múltiples definiciones e interpretaciones sobre RSE, sin embargo, se parte de aprender las causas y efectos de informes que ya se han hecho y el incremento de las empresas por brindar dichos informes. La RSE como transparencia

implica tener criterios para medir, comparar y evaluar el desarrollo sostenible y las organizaciones vienen dando un valor relevante a la transparencia, la cual se materializa con la realización de informes veraces y contundentes y que se acredite no solo lo financiero, sino también lo social y ambiental.

El creciente avance que han tenido los informes de sostenibilidad, tal vez por compromisos éticos o por estrategia, han hecho que las grandes empresas expliquen su desempeño social, ambiental y económico a todos sus grupos de interés. Para ello se utiliza la Guía GRI, bajo tres tipos de contenidos básicos:

Perfil: información que define el contexto general y permite comprender el desempeño de la organización, entre otros a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo. Se incluye aquí la visión, misión y estrategia de sostenibilidad de la empresa.

Enfoque de la dirección: información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta. Recoge aspectos tales como la forma de manejar la empresa en términos de estructura de decisiones y de sistemas de gestión para controlar tales decisiones. Además se debe presentar aquí el compromiso con los grupos de interés, las políticas sociales y ambientales.

Indicadores de desempeño: indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización. Se clasifican en indicadores principales y optativos y permiten disponer de información comparable respecto al triple desempeño de la organización.

Después de elaborada la memoria de sostenibilidad la Guía se debe publicar y distribuir. Luego se deben recoger los comentarios de los grupos de interés para mejorar su próxima publicación, sin embargo los datos e informes sometidos a la luz pública quedan en muchas ocasiones incompletos y dificultan su evaluación.

El reporte GRI pretende con un lenguaje uniforme y parámetros comunes dar a comunicar cuestiones sobre sostenibilidad para ser utilizado por las empresas y organizaciones del entorno. Sin embargo, la RSE puede representar los esfuerzos de las

empresas para mostrar unos efectos en bien de su entorno, pero la empresa siempre buscará tener resultados y beneficios que quiere lograr y por otro lado beneficios que puede ofrecerle a la sociedad.

También se establecen en éste, aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización, permite realizar una comparación respecto a normas, leyes y otros códigos existentes y realizar un examen comparativo en el tiempo en que la organización ha estado en funcionamiento sobre temas internos y externos, como por ejemplo, estándares laborales, contaminación del aire, efecto en la biodiversidad, derechos humanos, entre otros.

La Guía N°3 emitida por el GRI, presenta dos categorías, para un total 10 principios; los principios del contenido de la memoria promueven el compromiso y la transparencia de los impactos de la organización en aspectos económicos, sociales y ambientales. El de materialidad, abarca temas importantes que incluye el informe, que se relaciona con la participación de los grupos de interés, que son las personas que participan en la organización, juntando sus expectativas y preocupaciones. Cobertura y alcance; el contexto de sostenibilidad, obliga a que la empresa presente su desempeño en un contexto amplio; y la exhaustividad, incluye las entidades sobre las cuales la organización influye o impacta (clientes y proveedores).

Respecto a los principios de calidad, se tiene el equilibrio, que indica la inclusión de aspectos positivos y negativos para que el informe sea neutro; en cuanto a la comparabilidad, no solo se tiene en cuenta los informes hechos anteriormente por la organización, sino también los elaborados por otras empresas; la precisión, indica que los informes deben ser narrativos, con mediciones cuantitativas detalladas dependiendo de la naturaleza y a los usuarios para la cual es destinada; la periodicidad, se refiere a periodos recientes, la claridad, indica que debe ser de fácil entendimiento y accesibilidad en varias lenguas, con medios electrónicos y tablas con resumen de datos y enlaces; por último la fiabilidad, se refiere a la información y el proceso como se evalúa el informe, debe estar registrado, compilado, analizado y publicado para ser examinado, este es un prerequisite para la verificación externa de la memoria de sostenibilidad.

La Guía G3 presenta una segunda fase que son las recomendaciones que se deben tener en cuenta en el perfil de la organización, la estructura de buen gobierno e indicadores de desempeño. Los dos primeros “dan una visión sobre el contexto de la organización y preparación del informe”, y el último “proporciona información sobre los impactos de la organización en diferentes áreas” (Fernández Chulián & Larrinaga González, 2007, p. 96).

La tercera fase son los niveles de aplicación, hay seis categorías: C, C+, B, B+, A y A+; y son de acuerdo a los indicadores que se hayan aplicado en el informe. Siendo A+, la aplicación más alta con más de 20 indicadores además de que revela toda la materialidad de la empresa, y C la aplicación más baja con menos de 10 indicadores incluyéndose como mínimo un indicador en las áreas sociales, económicas y ambientales.

Sin importar cuántas guías o informes hayan al final, la RSE siempre se tratará de que la empresa haga más allá de lo que exigen las normas o leyes, y a pesar de que los gobiernos puedan crear leyes para temas específicos respecto a la RSE, no podrán abarcar en su totalidad la profundidad que tiene este tema; por lo tanto, siempre dependerá de las necesidades que tiene la empresa para invertir en responsabilidad social, por eso siempre será necesario que las empresas tengan medios económicos para aplicar compromisos, sino, “estaría trayendo recursos que podrían destinarse a otras inversiones necesarias para el bienestar del negocio” (Morrós Ribera & Vidal Martínez, 2012, p. 52), lo que significaría un retroceso en el proceso de crecimiento que tengan los negocios.

La cultura de la responsabilidad social y ambiental no ha tomado mucho auge en el caso colombiano, por tanto son pocas las empresas que realizan este tipo de prácticas, sin embargo, cabe destacar que las pocas que lo hacen han obtenido beneficios, según el informe MIT Sloan Management Review and the Boston Consulting Group, por lo tanto es importante tener en cuenta la RSE en la planeación estratégica de las organizaciones.

En las compañías colombianas se tiene principalmente dos intenciones para aplicar la RSE, el medio ambiente y proyectos que impliquen a la sociedad, y es básicamente porque las empresas reconocen la importancia y la diversidad de la naturaleza, con las

cuales tienen miras de salvaguardarla para luego capitalizarla y así obtener una mayor competitividad.

Las empresas nacionales deben tener en cuenta además la globalización actual y los problemas ambientales dentro de su planeación estratégica, por tanto las empresas deben ser innovadoras y ser responsables con el ambiente y la sociedad sino quieren desaparecer en el corto plazo. Al implementar la RSE, las empresas se verán beneficiadas al incentivar una mayor producción y fortalecer el bienestar de la población en Colombia. También, se debe contar con el Estado, el cual brinda beneficios tributarios respecto a estos temas, incentivando a las empresas a tenerlas en cuenta, así, el empresario colombiano se preocupa y lo extiende hasta su cadena de producción, ya que exalta e incrementa su valor.

Las grandes empresas colombianas sí están asumiendo de una manera voluntaria la RSE en sus objetivos corporativos, pero aún existe un dilema que se da a nivel mundial, el cual implica si es mejor maximizar la utilidad de los inversionistas o implementar la RSE como concepto “filantrópico”, por eso algunas organizaciones empresariales buscan ideas que ayuden a su competitividad desde los dos aspectos en conjunto. La RSE debe ayudar a mejorar la imagen y reputación de las organizaciones, conciliando los intereses empresariales con los valores y demanda de la sociedad, porque en cada momento “son sujetos más responsables y comprometidos con la reducción de la pobreza” (Arias, Cortés, Hernández, Orjuela, & Téllez, 2010, p.92).

Es importante que en Colombia se implemente y se promulguen estrategias para que todas las empresas estén en un marco de RSE que generen impactos cualitativos y cuantitativos para el desarrollo de la sociedad. Colombia siempre debe buscar proteger la biodiversidad pues es el segundo país mega diverso del mundo, y el primer paso es reducir los desechos de producción, lo cual se vería reflejado en la disminución de los costos de producción.

“Las organizaciones colombianas en su presentación de estados contables se centran primordialmente en obtener informes que muestran los resultados financieros de la compañía” (Álvarez Osorio & Zamarrá Londoño, 2010, p. 122), esto hace pensar que Colombia en el tema de RSE está muy atrasado, sin embargo, con el paso del tiempo

puede haber tenido ciertos avances, pues algunas empresas en el país ya se encuentran aplicando informes bajo estándares del GRI (Global Reporting Initiative), aunque sólo son empresas grandes, pertenecientes a determinados grupos económicos, adicional no se conoce una normativa que obligue a la presentación de estos informes.

La mayoría de estos estándares y normas realizadas en Colombia y en ciertos países sólo dan cuenta de información de responsabilidad social empresarial, no toman información complementaria que brinde a los usuarios de la información una confianza más profunda sobre las compañías, es por ello que la Guía GRI toma alta relevancia en los últimos años en Colombia y el resto del mundo, por su triple resultado social, económico y ambiental. La RSE no debe tener unas pautas específicas ni contar con leyes que la regulen, ya que esto debe ser una iniciativa voluntaria de cada empresa.

III. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS EN CONTRASTE CON LOS INDICADORES DE LA GUÍA GRI DEL METRO DE MEDELLÍN.

La investigación pretende confrontar los resultados que ha tenido el reporte de sostenibilidad y la forma en que los usuarios de la empresa de transporte masivo más importante de la ciudad de Medellín lo perciben y las verdaderas consecuencias que se generan en ellos. Dicho objetivo es pertinente para mirar la evolución que han tenido los últimos informes corporativos del Metro de Medellín en los años 2011, 2012 y 2013, estos resúmenes como herramientas de exposición en los aspectos sociales, ambientales y económicos debería mostrar las verdaderas percepciones que tienen sus grupos de interés.

El público para los reportes es cambiante y cada persona tiene un interés específico en los datos de cada reporte, no siempre se encuentran todos los datos necesarios en un informe, ya que estos son generales y tocan demasiados puntos. Sin embargo, la empresa Metro por ser símbolo de la ciudad de Medellín debería expresar en gran medida en sus informes corporativos la verdadera percepción que tienen los usuarios finales. En otras palabras, los reportes de sostenibilidad deben expresar el verdadero balance social que comunica y divulga la manera de cómo se están haciendo las cosas.

Por lo tanto, se profundiza en la investigación con los usuarios que utilizan el sistema de transporte Metro de Medellín como grupo de interés. Para conocer su percepción en algunos ítems que aparecen en los diferentes informes corporativos.

Para el trabajo de investigación se tomó una muestra intencionada debido a la limitación y alcance del trabajo, sin embargo, se pretendió que contuviera todos los diferentes actores de la población, lo que permitió hacer un análisis integral y completo que facilitara conocer los impactos sociales, económicos y ambientales que ha tenido la implementación del GRI en el informe de responsabilidad social empresarial en el Metro de Medellín sobre los usuarios. El tamaño de las muestras se determinó de acuerdo a la actual movilización del Metro de Medellín, la cual es aproximadamente de 550.000 usuarios diarios, por tanto, la muestra fue tomada de la siguiente manera:

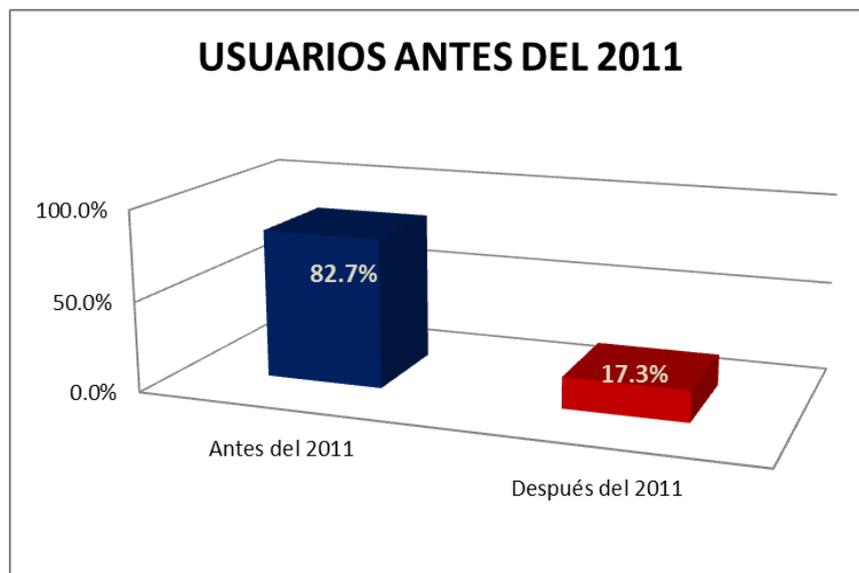
Usuarios Metro de Medellín: 185 personas a encuestar.

Por ser una población tan amplia, se toma la decisión de realizar del total de la muestra de los usuarios iniciales (185), unas muestras sectorizadas de la siguiente manera: se destinaron 34 encuestas para el sector de Buenos Aires por donde va a circular el Tranvía Ayacucho y 30 para el sector del barrio Vallejuelos donde se encuentra ubicada la sala de cómputo que lleva el mismo nombre del barrio, con el fin de tener una apreciación más cercana de estas dos zonas destacadas en el informe de responsabilidad social del Metro, de tal manera que no se generara un sesgo y se realizara una generalización referente a los temas abordados por el informe para estos sectores.

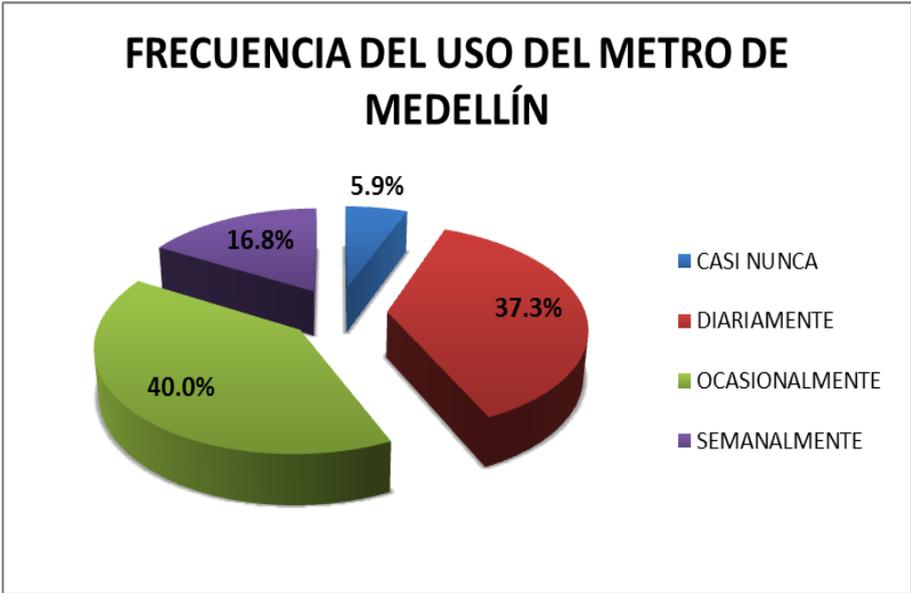
En el estudio realizado a los informes corporativos del Sistema Integrado de Transporte del Valle de Aburrá Metro de Medellín desde el 2011 hasta el 2013 que son los años de análisis, los cuales son elaborados cumpliendo el estándar de la Guía G3 en un nivel de aplicación C, se pudo corroborar que éstas cumplen en su gran mayoría las normas y parámetros que exige la mencionada Guía, de acuerdo con un comparativo que se le realizó a cada uno de los informes como se puede ver en el anexo 1, cabe aclarar que los indicadores se verificaron sin hacer una profundización extensa de estos, debido a que no es el objetivo principal de la investigación, no se calificó la realización de forma y de fondo del reporte elaborado por el Metro de Medellín

De acuerdo a los parámetros e información consultada en diferentes medios, el Metro de Medellín ni ninguna otra empresa están obligadas a realizar estos informes de RSE, sin embargo, al realizar la verificación mencionada en el anterior párrafo se constató que está generando un valor agregado y está haciendo grandes esfuerzos para informar su gestión en dichos informes, no obstante, hay que aclarar que debido a esta clase de presentación no hay una auditoria, por tanto, se vuelve pertinente el análisis de estos informes que salen a la luz pública, con el fin de confrontar con los usuarios de la información, especialmente con los que utilizan el medio de transporte, de que no es por darle un buen nombre a la compañía sino que de verdad está mostrando una información veraz, concisa y de acuerdo con la realidad actual de la compañía.

Las encuestas realizadas corresponden en un alto porcentaje (82.7%) a usuarios que han utilizado el Metro de Medellín antes del 2011, lo cual da una garantía de que las personas que respondieron la encuesta están en la capacidad de percibir los cambios que se pueden haber generado en la empresa, adicional a esta información, el tipo de usuarios que utilizan el Sistema de Transporte, son en gran mayoría personas que lo utilizan diariamente u ocasionalmente según los datos obtenidos.

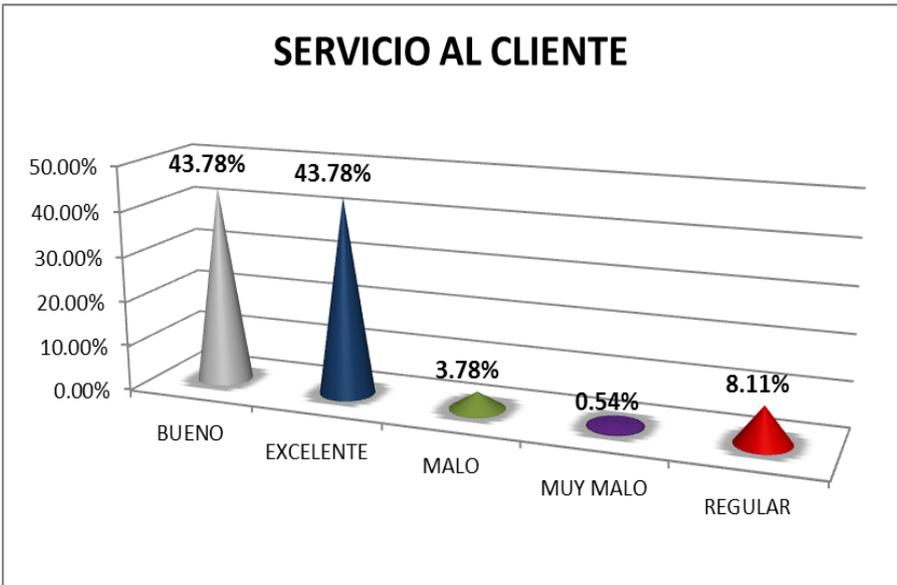


Gráfica 1



Gráfica 2

Al relacionar las características de la información brindada por el GRI del Metro de Medellín con los datos obtenidos, se observa que en el indicador de servicio al cliente y gestión social, se tiene la inversión que realiza la compañía para este parámetro, lo cual se ve reflejado en la percepción de los usuarios al momento de acceder al sistema de transporte, que en su mayoría lo califican entre bueno y excelente.



Gráfica 3

Esto tiene dos puntos de vista:

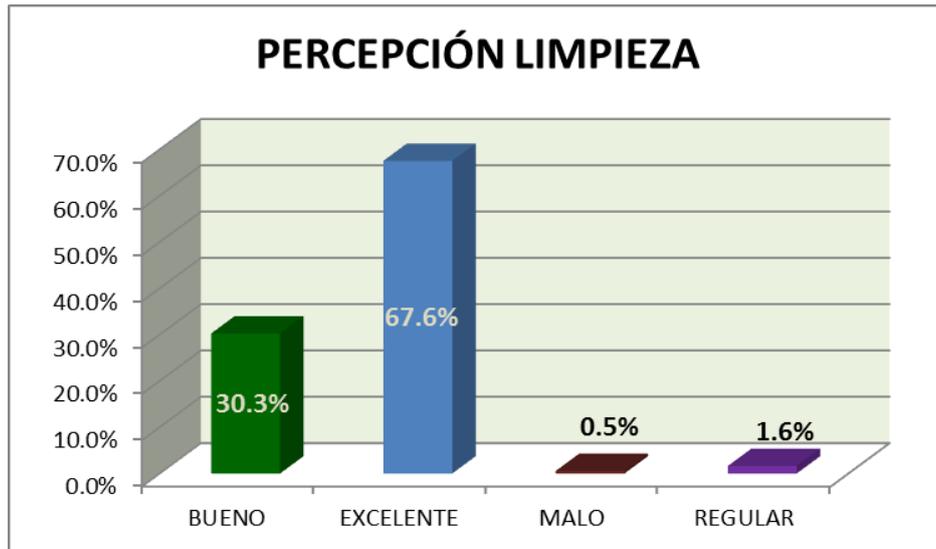
1. Lo cultural y regional de la imagen que se ha formado durante muchos años del sistema de transporte emblema en la ciudad.
2. El reporte solo da una cifra, que no expresa de una manera clara lo que sienten los usuarios.

La percepción de ahorro en tiempo y dinero se ve claramente reflejada, ya que con un 71.89% de las personas encuestadas coincidieron en que este tiene ciertos rendimientos positivos en los dos factores preguntados, con lo cual se confirman las cifras reveladas en el reporte realizado por el Metro de Medellín.



Gráfica 4

En el rubro de aseo y limpieza se puede evidenciar que la mayoría de las personas de la muestra afirman que las instalaciones y vehículos en los cuales se transportan tienen un excelente aseo, lo cual se justifica y evidencia en los gastos de aseo de instalaciones físicas, mantenimiento de trenes y de vías férreas que se consignan en los informes corporativos, aunque del año 2012 al año 2013 la compañía tiene un incremento significativo (aproximadamente 8.000 millones) en solo este aspecto, como se muestra en las siguientes ilustraciones extraídas de los reportes corporativos.



Gráfica 5

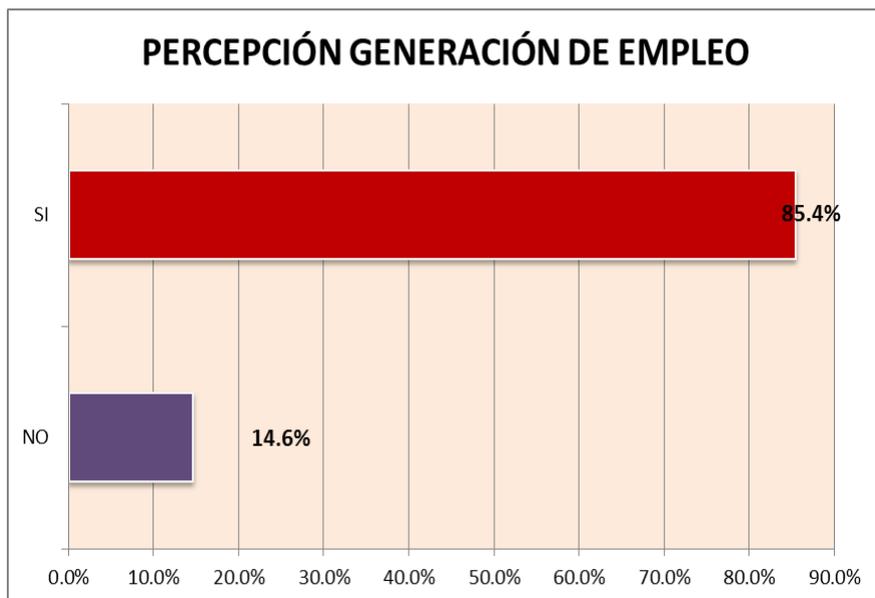


Ilustración 1 Inversión en Aseo. Datos extraídos del informe GRI 2012 Metro de Medellín



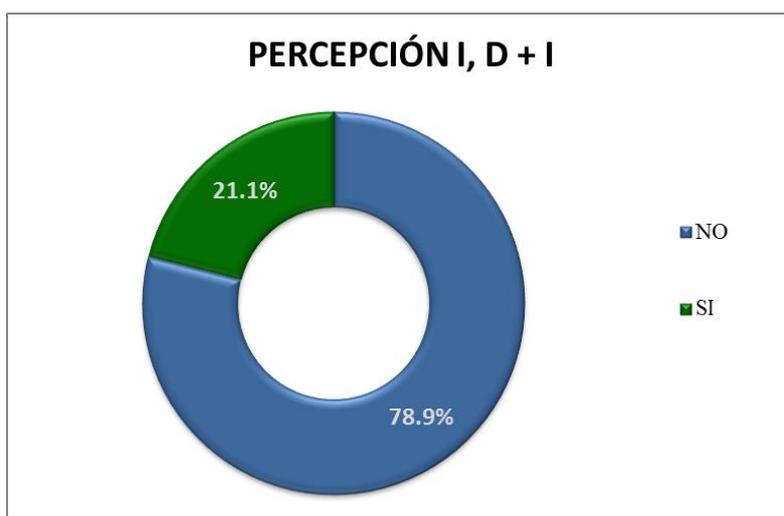
Ilustración 2 Inversión en Aseo. Datos extraídos del informe GRI 2013 Metro de Medellín

El Metro desde que inicia su actividad operacional ha sido gran impulsadora del empleo en el Valle de Aburra. Con diferentes actividades, como lo son la incorporación, la inclusión y educación de su diverso y nuevo personal, hoy en día sigue como impulsadora del empleo, esto se evidencia tanto en el informe corporativo como en el trabajo de campo realizado, aunque también pocas personas dieron una pequeña observación en este aspecto, como lo fue en el sector de Ayacucho, que algunas afirmaron que actualmente la construcción estaba perjudicando el trabajo, pero que cuando empiece su funcionamiento, los habitantes del sector tienen la expectativa de un cambio positivo.



Gráfica 6

La empresa Metro de Medellín al integrar su operación con diferentes universidades locales y con COLCIENCIAS, ha logrado grandes desarrollos en el sector a nivel local, según se evidencia en los informes corporativos, sin embargo, la percepción de los usuarios no es acorde con la información presentada, pues la mayoría no conocen estos programas y convenios que el Metro impulsa desde sus áreas operativas.

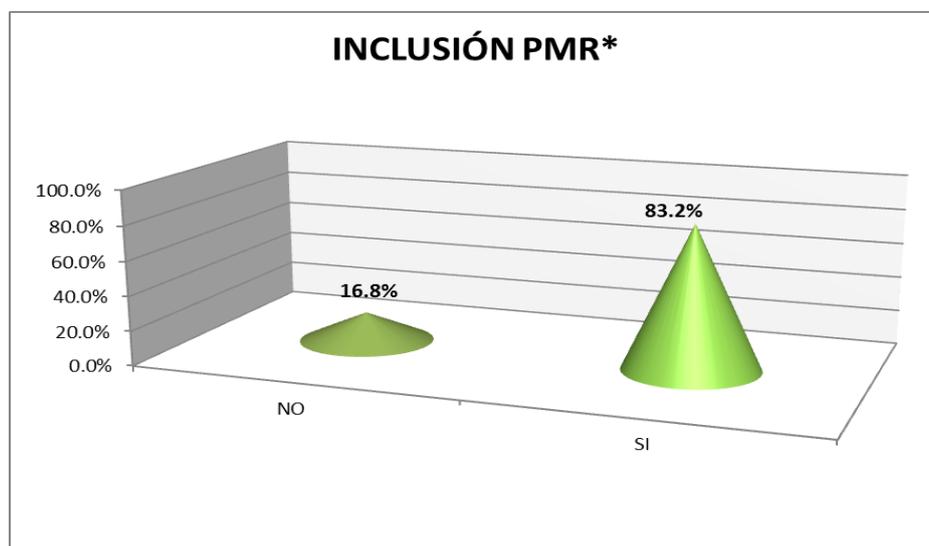


Gráfica 7

Cabe aclarar que aunque hay una minoría que sí lo percibe, destacan diversas opiniones acerca de la investigación, desarrollo e innovación tales como actualización y mejora de

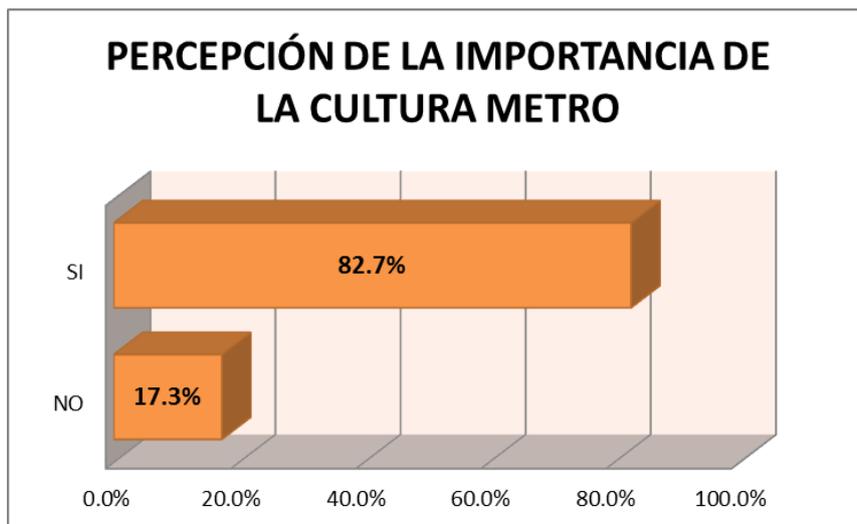
los primeros trenes, Bibliometro, modificaciones en la utilización de recursos no renovables, estudio de soluciones de transporte masivo y mediana capacidad, la Cultura Metro como eje principal e innovador dentro de la cultura ciudadana, entre otros.

Dentro de las relaciones que existen entre el Metro de Medellín y sus usuarios, se quiso identificar la inclusión de PMR (Personas con Movilidad Reducida) en el sistema, el cual es ilustrado de manera literal en los informes estudiados y se pudo corroborar con la respuesta que brindaron los usuarios, ya que un 83.2% identifican que estas personas tienen una inclusión social tanto en lo laboral como para la prestación del servicio.



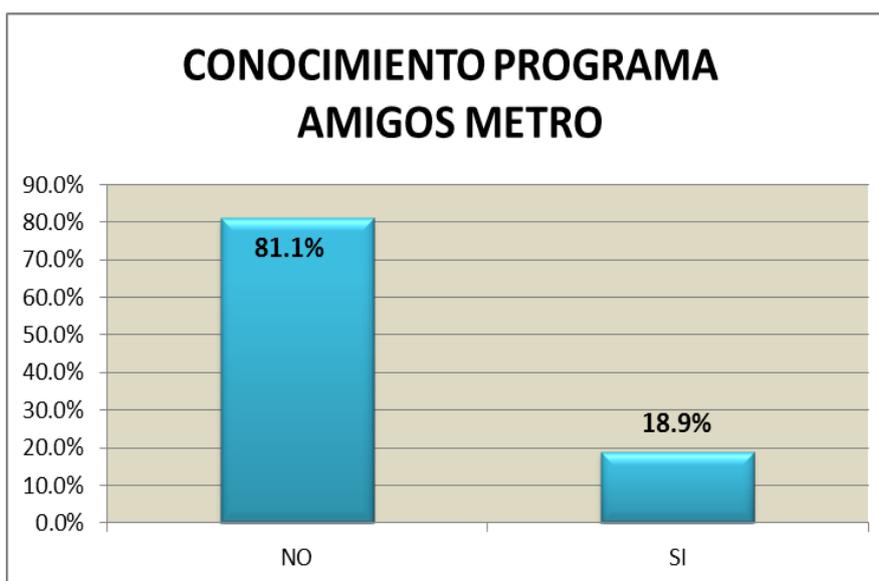
Gráfica 8

La “Cultura Metro” en el sistema de transporte es parte fundamental del servicio desde antes de sus inicios operativos, el informe corporativo da a conocer la gran inversión que se realiza año tras año en diferentes programas y usuarios, y además para que sea utilizada en todos sus medios de transporte; en la investigación se refleja con el apoyo de un 82.7% de las personas encuestadas, que afirman que la Cultura Metro es y seguirá siendo importante en el sistema y en la ciudad.



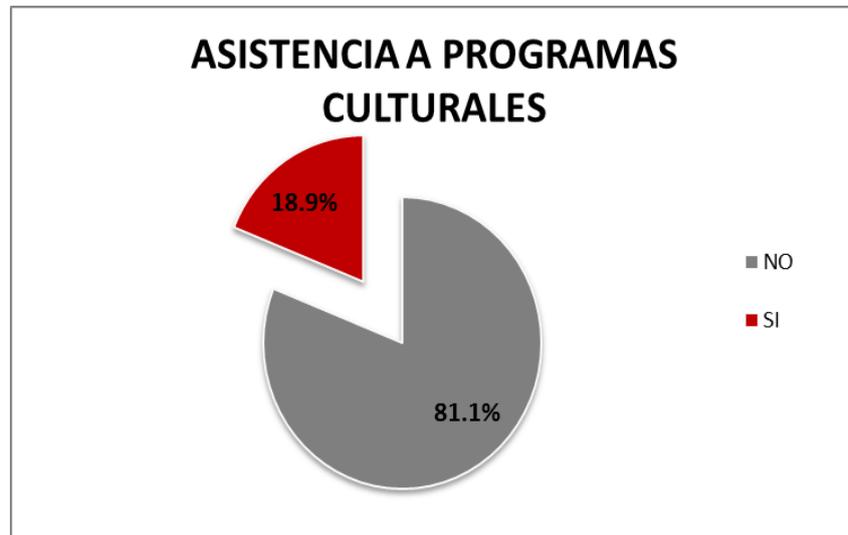
Gráfica 9

El Metro de Medellín realiza una serie de actividades para integrar a la comunidad con el sistema de transporte, uno de esos programas es “Amigos Metro”, en el cual se hacen unos talleres en formación de valores y competencias sociales, además de sensibilización en la Cultura Metro y autocuidado; dicho programa hace parte del informe de sostenibilidad, a pesar de ello, el 81.1% de las personas encuestadas dicen no conocer ni tener un acercamiento a este programa, el cual puede dilucidar la falta de estrategias al momento de darlo a conocer al público.



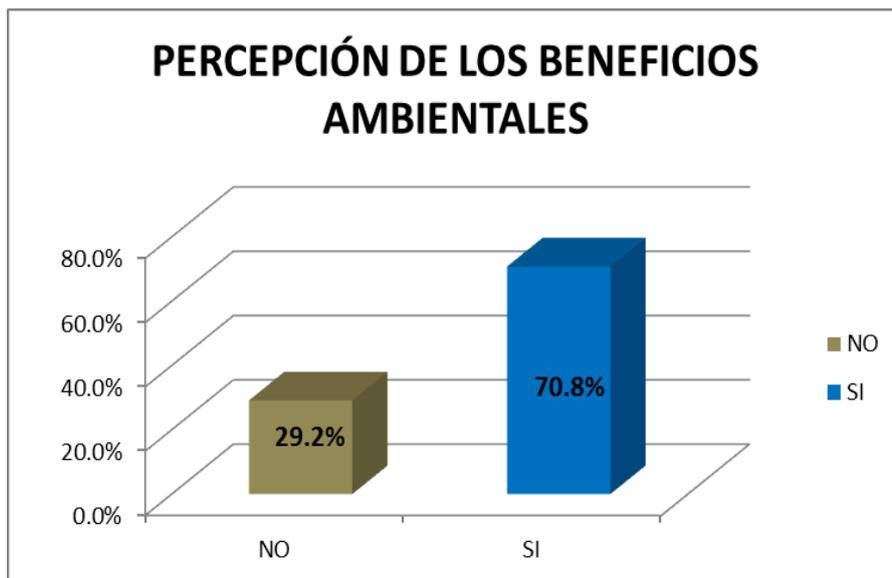
Gráfica 10

Durante los años estudiados, el Metro de Medellín realiza diferentes actividades culturales que incluyen conciertos, exposiciones de arte, trenes de la cultura, entre otros; llevando un espacio de arte a la comunidad, pero según la investigación, las personas no tienen conocimiento y/o no asisten a estos diferentes espacios de esparcimiento.

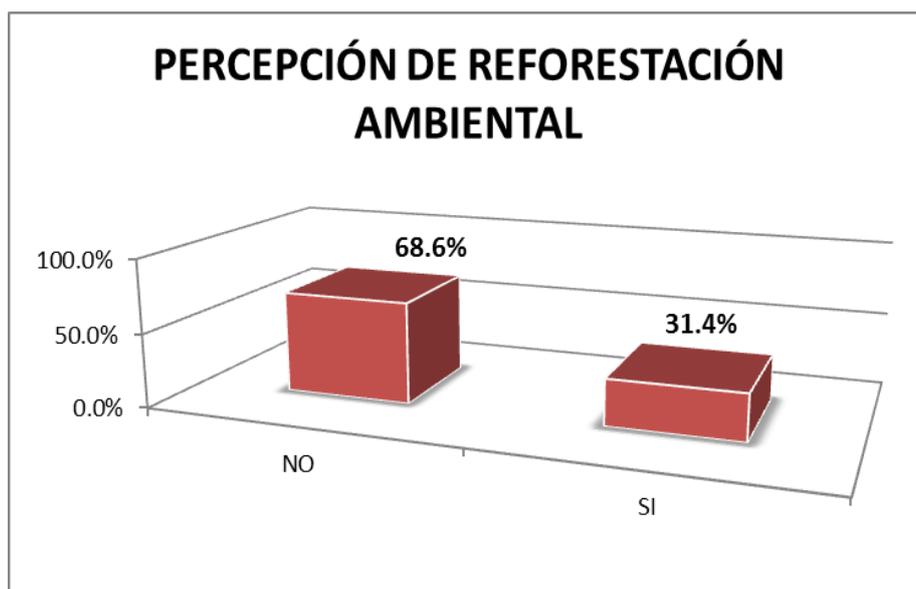


Gráfica 11

También, la Compañía tiene en su gestión la parte del medio ambiente con diferentes acciones, tales como las tecnologías limpias, innovaciones, modificaciones e implementación de políticas ambientales que permiten un sistema de transporte sostenible. La investigación muestra una tendencia positiva hacia los beneficios ambientales que ha traído el Metro de Medellín a la ciudad e incluso dan algunas apreciaciones que son mencionadas en el reporte tales como la disminución de gases en el ambiente, sin embargo, dentro de la inversión que realiza el Metro dedica parte de los recursos a la reforestación en las zonas de influencia del sistema, inversión que no está siendo percibida por el público al momento de preguntarles sobre ello.



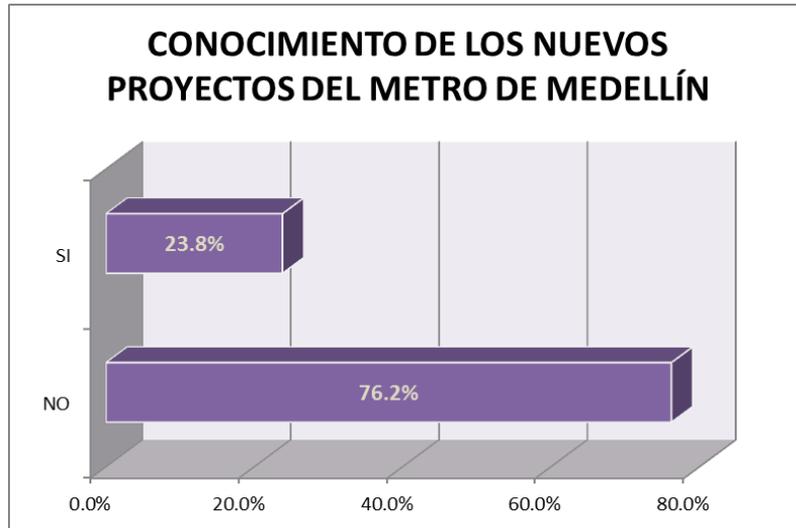
Gráfica 12



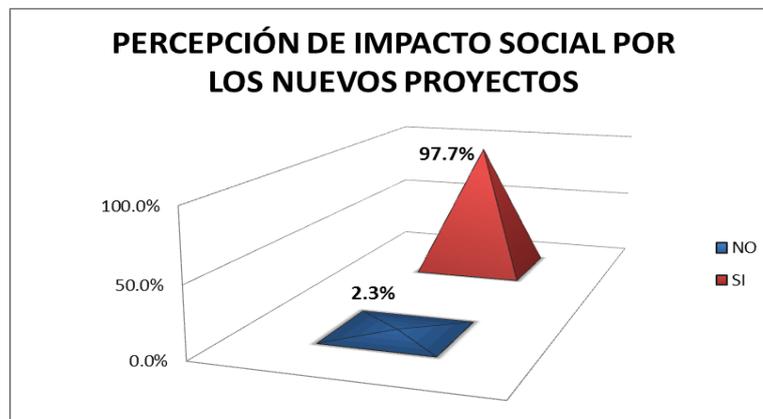
Gráfica 13

El Metro de Medellín siempre ha tenido nuevos proyectos y actualmente se encuentra realizando diferentes planes en varias zonas de la Ciudad, los cuales no son percibidos por la ciudadanía ya que en su mayoría con un 76,2% respondieron que no conocen sobre ellos; la minoría que respondió afirmativamente coinciden en el Tranvía de Ayacucho como proyecto actual al momento de verificar su conocimiento sobre estos proyectos, adicional corroboran que estos nuevos proyectos tienen un impacto social en el lugar donde se ejecutan. Sin embargo, las personas que respondieron negativamente a

los nuevos proyectos y se les menciona del proyecto del Tranvía de Ayacucho sí hacen alusión de haber oído o tener alguna información sobre este, el cual es uno de los más mencionados en los diferentes informes corporativos en alusión al proyecto más representativo y en obra dentro del Plan Maestro 2006-2030.



Gráfica 14

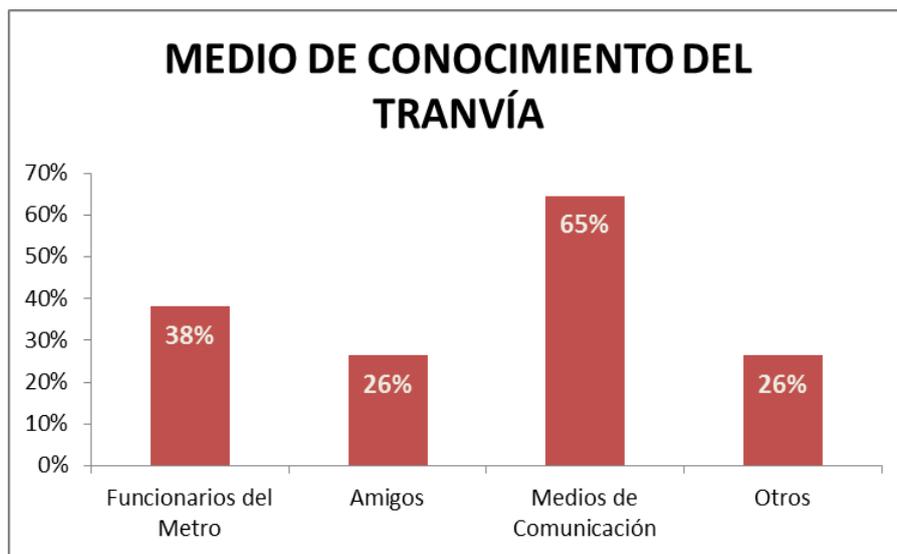


Gráfica 15

Así mismo, para conocer el impacto que ha tenido este proyecto actualmente en su curso de construcción, se realizaron encuestas en el sector de influencia, para observar lo que las personas piensan, sus expectativas y actividades de socialización que el Metro como sistema de inclusión ha realizado en esta parte de la ciudad para dar a conocer cómo funcionará este nuevo sistema de transporte para la ciudad.

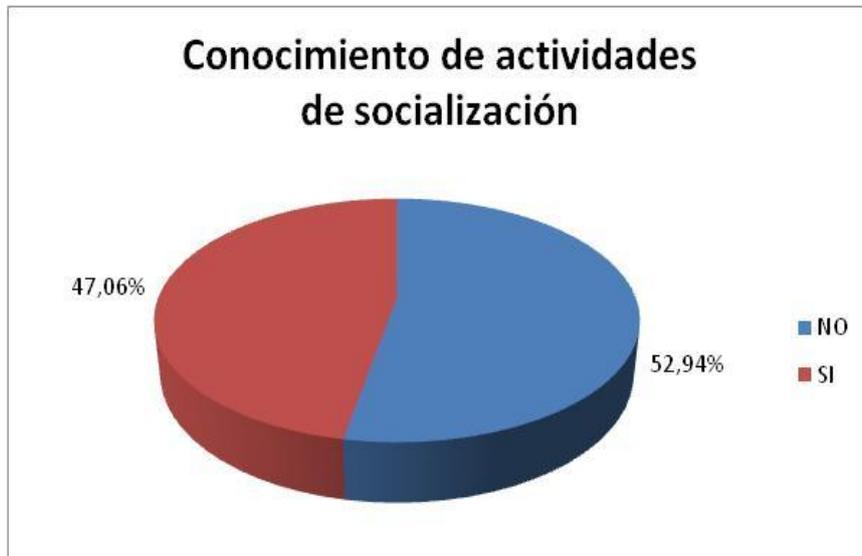
En los diferentes informes, el Metro menciona las diferentes actividades que han realizado para dar a conocer el proyecto del Tranvía y sus dos Cables, como la formación de líderes comunitarios y de organizaciones sociales respectivamente, además del contacto de los funcionarios del Metro con más de 156 mil habitantes realizando la respectiva gestión social, también es mencionada la generación de empleo, aunque no específica que sea con personas que habiten en el sector.

A pesar de ello, las encuestas realizadas en Ayacucho, revelaron algo totalmente diferente, se pudo constatar que la mayoría de los encuestados, con un 65% conocen el nuevo proyecto más por los medios de comunicación que por los respectivos funcionarios. También se pudo observar otros medios de conocimiento del Tranvía, entre los cuales se encuentra el ver la construcción actual. Así no coincida con lo informado en el reporte, se puede observar un compromiso del Metro de dar a conocer por diferentes medios sus proyectos de alto impacto.



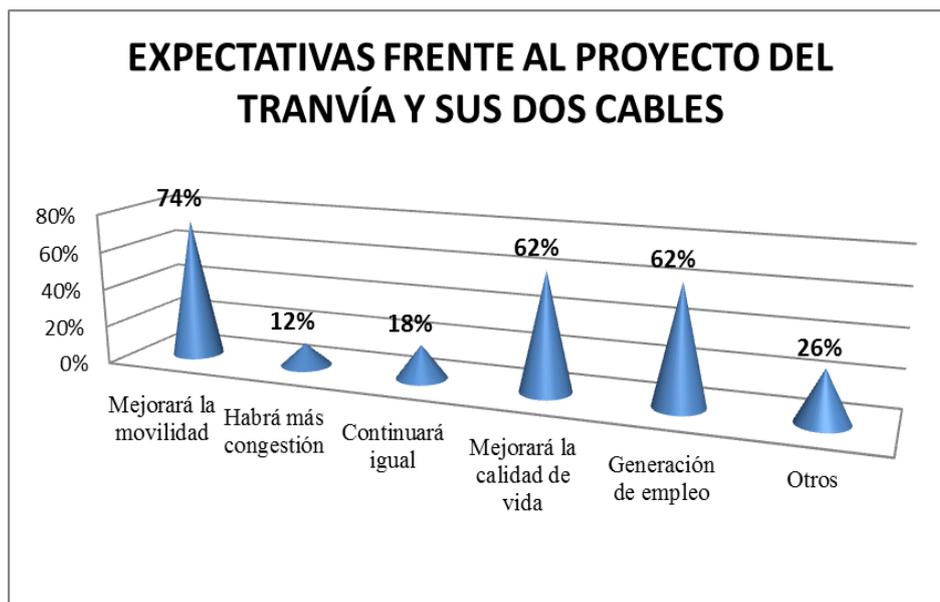
Gráfica 16

También, se encontró una discrepancia en las actividades de socialización, ya que a pesar de todas las que son mencionadas en el informe corporativo, se encontró que el 52.94% no han asistido o no tienen conocimientos de estos programas. Igualmente, algunas de los encuestados que tienen conocimientos o han participado en las diferentes actividades de socialización, mencionaron programas como reuniones con el personal Metro, volantes, réplica del Tranvía, entre otros.



Gráfica 17

Aunque algunas de las personas encuestadas dieron ciertas observaciones de las obras, como que ha afectado el empleo y el comercio, las expectativas son positivas, ya que la mayoría de los encuestados coincidieron en que el Tranvía y sus dos Cables van a mejorar la movilidad, generará empleo y mejorará la calidad de vida. Otros aspectos que mencionaron fueron la optimización del paisaje, la agilidad, y ser una nueva atracción turística, entre otros.

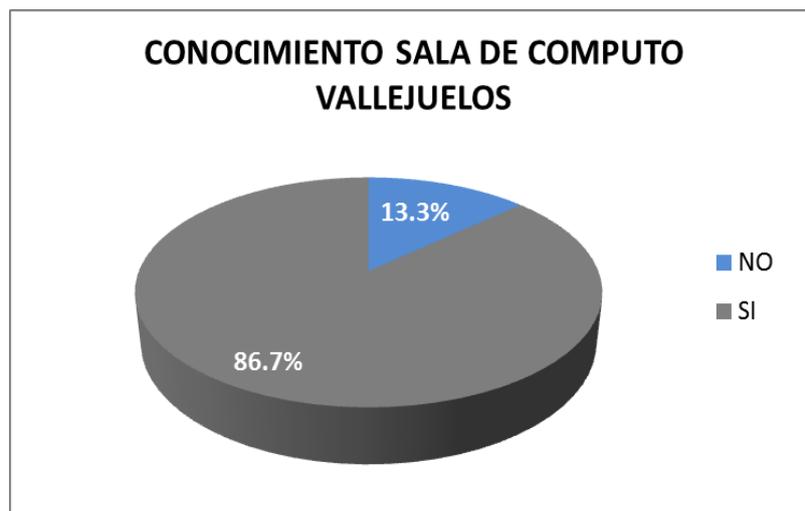


Gráfica 18

Otro aspecto que destaca el informe presentado por el Sistema Integrado de Transporte Masivo Metro de Medellín, aunque no de una forma profunda es la sala de cómputo Vallejuelos, ubicada precisamente en la estación del Metro Cable Línea J, identificada con el mismo nombre.

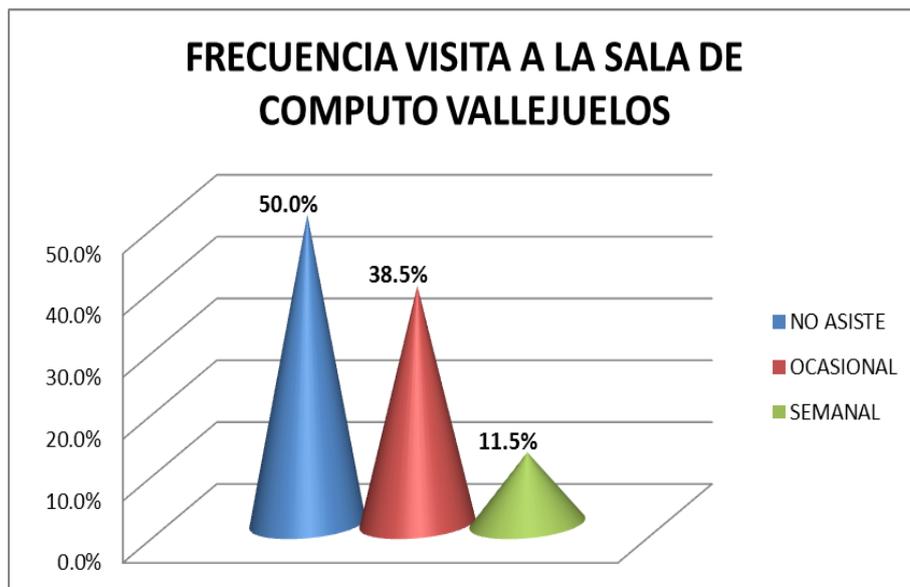
El reporte, solo aporta datos de las personas que fueron atendidas, y adicional un programa educativo que es dictado en dicha sala en asocio con la Cámara de Comercio; así, con el fin de verificar la información consignada, la investigación también se dirigió hacia las personas que viven cerca de la estación Vallejuelos.

Aunque se hayan realizado encuestas con personas que viven en este lugar, se encontró un porcentaje pequeño correspondiente al 13.3%, los cuales no conocían la sala de cómputo, no obstante, se evidenció que ciertas personas eran nuevas en el sector o solo trabajaban en dicha área de influencia.



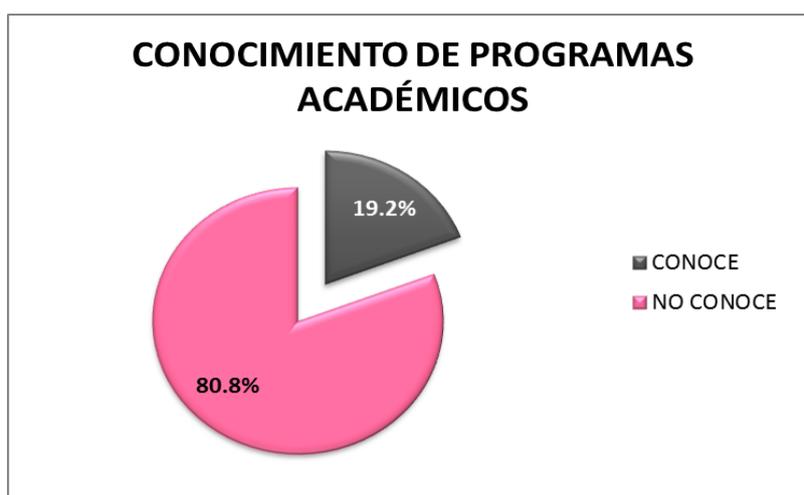
Gráfica 19

Algo que cabe destacar en la información encontrada es la ausencia de visita al lugar, ya que de las personas encuestadas, solo el 38.5% asisten ocasionalmente, y el 11.5% visitan la sala semanalmente, las demás personas no asisten en la actualidad a dicha sala; pero por la falta de claridad en las revelaciones realizadas en el informe, no se puede concluir si dicha información representa la realidad.



Gráfica 20

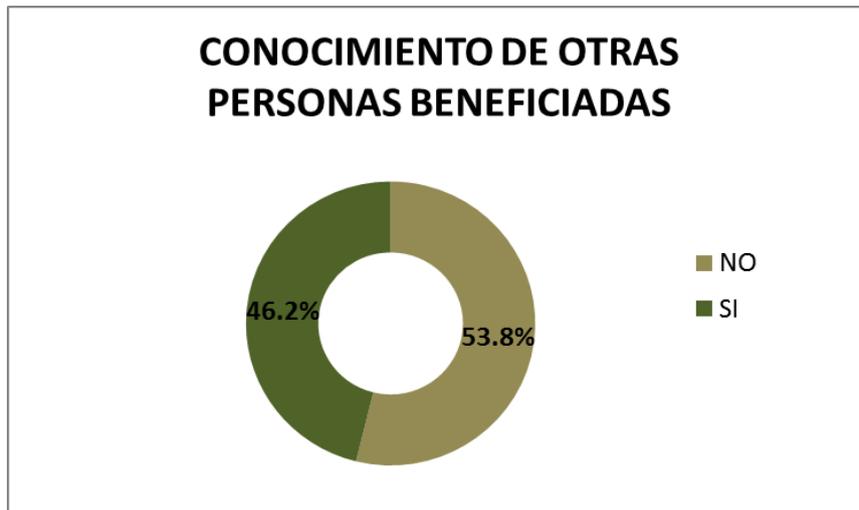
También se indagó acerca del conocimiento de los programas académicos que allí se enseñan; encontrándose que el 80.8% de las personas encuestadas no tienen conocimiento de los cursos educativos que se dictan. Las personas que si tienen algún conocimiento especificaron programas académicos como el manejo de computadores, utilización del internet, entre otros.



Gráfica 21

Asimismo, se encontró que la mayoría de personas que participaron en la encuesta (un 53.8%) no tienen amigos, familiares o allegados que hayan sido o sean beneficiarios y

participen en las diferentes actividades que se llevan a cabo en la sala de cómputo; y los mayores beneficiados mencionados por parte de las personas fueron los niños, ya que tenían la facilidad de investigar tareas, realizar talleres y trabajos, calificando la atención que reciben de parte del personal como buena y útil para sus fines.



Gráfica 22

Aquí se puede observar que hay una información coincidente con lo que se encuentra en el trabajo de campo y es el curso de manejo de computadores y la utilización de ellos para realizar investigación. Pero, en general, la información de este espacio social que brinda el Metro de Medellín en su informe es muy poca, no permitiendo una real confrontación en otros aspecto que se consideran relevantes para evaluar de una manera efectiva el servicio.

En general, el Sistema de Transporte Masivo del Valle de Aburrá Metro de Medellín sigue siendo una empresa importante para el desarrollo de la ciudad y toda su área Metropolitana, tanto en el plano social, como económico y ambiental; y se ve aún reflejado su impacto en la vida cotidiana de la mayoría de las personas.

IV. CONCLUSIONES

Los reportes de sostenibilidad deben mostrar cada parte de los informes económicos, ambientales y sociales de las empresas, mostrando la influencia y acción en la sociedad, no es un simple informe sino un reporte que exige la misma sociedad de una buena gestión de sus organizaciones.

El GRI como guía mundial es una forma de reportar los avances en sostenibilidad y debe ser parte estratégica para todas las organizaciones. No se puede tomar como moda, se trata de un faro, una metodología para seguir y poder mostrar los beneficios que se brindan a la sociedad. Entonces, lo fundamental del GRI no es el reporte mismo de la empresa, lo primordial es que analiza la gestión de sostenibilidad ante los grupos de interés. Las empresas no pueden perder ese enfoque que les llevar a mejorar su desempeño social.

Complementariamente, el contador público en el contexto actual debe tener un rol de auditor y sus retos actuales en las organizaciones le obliga a ejecutar nuevas herramientas para rendir información y reportar sostenibilidad y desarrollo social, es por esto la importancia de dicho tema de estudio, tomando como guía el Global Reporting Initiative (GRI) el contador público tiene una herramienta para ejecutar en sus labores profesionales y hacer diferencia.

El informe corporativo del Metro de Medellín al no ser obligatorio, ni encontrarse en la base de datos de la Global Reporting Initiative (GRI) como una de las empresas que debe presentar dicha información, establece que realiza dichos informes bajo la Guía G3 con un nivel de aplicación C. Lo cual le está generando un valor agregado como empresa para sus grupos de interés, rescatando el compromiso con estos al reportar cada año bajo los parámetros GRI, tratando de lograr un ejercicio de transparencia de gestión, buscando mejorar año tras año los indicadores de desempeño y crecimiento. Sin embargo, posee una debilidad y es que no tiene un proceso de auditoría válido que garantice la razonabilidad y confiabilidad de este informe.

Al entrar en vigencia la Guía G4 desde el año 2013, y de acuerdo con la información que se tiene de los informes corporativos, se espera que el Metro de Medellín inicie un proceso de actualización a los nuevos parámetros que exige el GRI en esta nueva versión.

Es de anotar, que las diferencias que se encuentran en el informe de sostenibilidad y los resultados de la investigación, no se pueden llegar a unas aseveraciones totales pero se pueden encontrar variadas hipótesis a la falta de información por parte de los usuarios del sistema de transporte.

En primer lugar, se podría decir que los usuarios mantienen una percepción global e inicial de sistema Metro; segundo, los usuarios solo visualizan lo que necesitan y no se dan cuenta de los avances o modificaciones que surgen en el Metro; tercero, el Informe Corporativo puede dar datos estadísticos que no están llegando a todo el público usuario del Metro; y por último, se puede decir que es parte fundamental el tratar de informar a las personas sobre todo lo que se hace en lo social, ambiental y económico a pesar de que la gente no se da por enterada.

Cuando se solicitó al Área Administrativa del Metro de Medellín la colaboración para el análisis del Informe de RSE en su totalidad, no fue posible acceder a determinada información, por tanto la única fuente directa de la empresa fueron los informes corporativos, cabe aclarar que se comprende la reserva de información en todo sentido y por ende se convierte en un reto más como estudiantes e investigadores en proceso de formación, lo que llevó a realizar nuevos planes de contingencia y llevar a cabo procesos alternos que permitieran un desarrollo exitoso de la investigación.

En muchas organizaciones los reportes de sostenibilidad solo se realizan por cumplir o mostrar el informe a la sociedad. Realizado por las áreas de comunicación y financieras de las empresas para mostrar sostenibilidad, pero sin contar con la labor de todas las áreas de la empresa. El informe GRI debería ser una herramienta y una inversión para que todas las áreas integren sus procesos a estos indicadores, de tal manera que se

genere una unión entre estos elementos a las estrategias y estrategias y desarrollos de la empresa.

La realización del proyecto investigativo fue de mucha importancia tanto para los integrantes del grupo como para la comunidad tanto contable como en general, pues no sólo se abordaron temas enfocados en la carrera sino también temas sociales y fundamentales para el desarrollo y futuro de la empresa de movilidad más importante en la Ciudad.

Además de abordar el contraste de la percepción de los usuarios de estos reportes, da pie para futuras investigaciones en el tema, pues aún hay mucha información y temas que profundizar con un informe que día a día coge más fuerza y que no será nada raro verlo como una obligación en un futuro, pues hoy se percibe con la entrada en vigencia de las normas internacionales de contabilidad y con ellas muchos temas que le incumbe a toda la comunidad académica en pro del mejoramiento de la sociedad.

Cabe destacar el esfuerzo del grupo investigativo para la realización y feliz término del proyecto, pues a pesar de las vicisitudes vividas, se logra mantener la concentración y enfoque para aportar nuevos retos y dar a conocer información que en un mañana será oportuna para generar ideas y permitir que la sostenibilidad de empresas que hoy son y seguirán siendo emblema de la Ciudad.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Account Ability. (s.f.). *Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000*. Recuperado el 02 de Abril de 2014, de sitio Web AccountAbility Org.: <http://www.accountability.org/images/content/3/5/357.pdf>

Account Ability. (s.f.). *The AA1000 Series of Standards*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de Sitio Web AccountAbility Org.: <http://www.accountability.org/standards/>

ADDERE Consulting Group. (s.f.). *RSE: AA1000 (AccountAbility 1000)*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web de ADDERE Consulting Group: <http://www.addere.net/rse-aa1000-accountability-1000>

Álvarez Osorio, M. C., & Vargas Arenas, R. A. (2011). Beneficios que trae para las empresas la incorporación de la RSE en sus objetivos corporativos: caso colombiano. *Contaduría Universidad de Antioquia* , 55-71.

Álvarez Osorio, M. C., & Zamarrá Londoño, J. E. (2010). El informe social o de sostenibilidad como herramienta para dar cuenta de la RSE en las empresas. *Contaduría Universidad de Antioquia* , 121-142.

Arias, M. L., Cortés, L., Hernández, P., Orjuela, T., & Téllez, L. M. (2010). Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: una visión inicial. *Zero* (24), 88 – 93.

Bancoldex. (s.f.). *Cartillas y publicaciones: Guía técnica colombiana de formalización*. Recuperado el 01 de Abril de 2014, de sitio Web de Bancoldex: <http://www.bancoldex.com/Cartillas-y-publicaciones/Gu%C3%ADa-tecnica-colombiana-de-formalizacion2887.aspx>

Castaño González, E. J. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *Revista Lasallista de Investigación* , 173-186.

CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (s.f.). *Acerca de Global Reporting Initiative (GRI)*. Recuperado el 16 de Febrero de 2014, de sitio web de Global Reporting Initiative (GRI): <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Erreese Resultados Sostenibles. (s.f.). *Las novedades de la versión G4 de GRI*. Recuperado el 15 de Marzo de 2014, de sitio Web de Erreese: <http://www.erreese.com/responsabilidad-social/las-novedades-de-la-version-g4-de-gri/>

FAO Org. (s.f.). *Publications: Certificación SA8000*. Recuperado el 04 de Abril de 2014, de sitio Web FAO Org.: <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm#TopOfPage>

Fernández Chulián, M., & Larrinaga González, C. (2007). Memorias de sostenibilidad: Responsabilidad y transparencia. *Contaduría Universidad de Antioquia* , 89-104.

García Pachón, M. d., & Perdomo Villamil, C. (2013). Evolución del concepto de desarrollo sostenible y las resoluciones de la asamblea general de la ONU. *Zero* , 12-15.

Global Reporting Initiative. (s.f.). *G4 Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Recuperado el 21 de Marzo de 2014, de sitio Web de Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>

Global Standards. (s.f.). *Nueva norma ISO 26000:2010* . Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web Global Standards: <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

Gómez Villegas, M. (2010). La gestión y la información sobre RSE de las pymes: La necesidad de diferenciación. *Contaduría Universidad de Antioquia* (56), 15-40.

Gómez Villegas, M. (2006). La teoría de los stakeholders y la emisión de información para todos los interesados: ¿discurso o transparencia informativa? *Contaduría Universidad de Antioquia* , 119-144.

Gómez Villegas, M., & Quintanilla, D. A. (2012). Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencia en el contexto internacional y colombiano. *Cuadernos de Contabilidad* , 121-158.

Herrera Arroyave, C., Medina Echavarría, A., & Munera Duque, C. M. (20 de Abril de 2014). *Responsabilidad social empresarial, un estudio de casos en las PYMES del sector confeccionista en el municipio de Medellín*. Obtenido de Biblioteca digital UdeM: <http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM25002007/02.Texto%20completo.pdf>

Ibáñez Jiménez, J. W. (2004). *Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales*. Andalucía, España: Akal ediciones.

IQNet ASSOCIATION. (s.f.). *Responsabilidad Social 8000 (SA8000)*. Recuperado el 02 de Abril de 2014, de sitio Web IQNet ASSOCIATION: <http://www.iqnet-ltd.com/userfiles/SA8000/2008StdSpanish.pdf>

ISO Org. (s.f.). *ISO 14000 - Environmental management*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de ISO Org.: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>

ISO Org. (s.f.). *ISO 26000 - Social responsibility*. Recuperado el 04 de Abril de 2014, de sitio Web ISO Org.: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

ISO Org. (s.f.). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web ISO Org.: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf

ISO Org. (s.f.). *ISO 9000 - Quality management and ISO 9001:2008*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de Sitio Web de ISO Org.: http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm

Itaú Unibanco Holding S.A. (s.f.). *Contenido GRI, Índice Remisivo GRI*. Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de sitio Web de Itaú Unibanco Holding S.A.: <http://www.itaunibanco.com.br/relatoriodesustentabilidade/2012/es/ra/gri-01.html>

López Carvajal, O. R. (2013). Reporte integrado: Un nuevo escenario para el auditor externo. *II Congreso de Contabilidad y Auditoría organizado por UTMACH*, 1-11.

Martínez Herrera, H. (2011). *Responsabilidad social empresarial y ética empresarial*. Medellín: ECOE Ediciones.

Mejía Saldarriaga, N., & Sepúlveda Ursula, A. M. (26 de Marzo de 2014). *Tesis la responsabilidad social de las empresas CD-ROM 26402007*. Obtenido de Biblioteca digital UdeM: <http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM26402007/01.Texto%20completo.pdf>

Mendieta Torres, D. C., & Ortega Gualdron, J. J. (26 de Marzo de 2014). *Estudio de la relación existente entre la percepción de las empresas frente al tema de responsabilidad social y la competitividad empresarial en el Área Metropolitana de Bucaramenta, 2007*. Obtenido de Biblioteca digital UPB: http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/165/1/digital_15488.pdf

Metro de Medellín. (s.f.). *Balances sociales: Metro de Medellín, Informe Corporativo y Financiero 2012*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de sitio web de Metro de Medellín: <https://www.metrodemedellin.gov.co/informecorporativoMETRO2012/informe.pdf>

Metro de Medellín. (s.f.). *Gestión Social y Ambiental, Informe Financiero 2013*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de sitio Web Metro de Medellín: https://www.metrodemedellin.gov.co/images/pdf/informe_financiero-2014.pdf

Metro de Medellín. (s.f.). *Gestión Social y Ambiental, Informe Financiero 2011*. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de sitio Web Metro de Medellín: https://www.metrodemedellin.gov.co/informe2011/index.php?option=com_flippingbook&view=book&id=3

Metro de Medellín. (s.f.). *Gestión Social y Ambiental, Informe Corporativo 2013*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de sitio Web Metro de Medellín: https://www.metrodemedellin.gov.co/images/pdf/informe_corporativo-2014.pdf

Metro de Medellín. (s.f.). *Gestión Social y Ambiental, Informes Corporativo 2011*. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de sitio Web Metro de Medellín: https://www.metrodemedellin.gov.co/informe2011/images/financiero/informe_corporativo2001.pdf

MIT Sloan Management Review and the Boston Consulting Group. (06 de Febrero de 2013). Ser sostenible Reporta más Beneficios de Compromiso RSE. Recuperado el 30 de Noviembre de 2014, de Sitio Web de Compromiso RSE: www.compromisorse.com/rse/2013/02/06/ser-sostenible-reporta-mas-beneficios/

Moreno, A., Uriarte, L. M., & Topa, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Madrid: Pirámide.

Morrós Ribera, J., & Vidal Martínez, I. (2012). Responsabilidad Social Corporativa. En J. Morrós Ribera, & I. Vidal Martínez, *Responsabilidad Social Corporativa* (pág. 120). Madrid: Fundación Confemetal Editorial (FC Editorial).

Normas y Certificaciones. (s.f.). *Principal: Norma ISO 14000*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de Sitio Web de Normas y Certificaciones: <http://www.normasycertificaciones.com/normas-iso-14000>

Pascual Bravo. (s.f.). *Calidad: Pascual Bravo*. Recuperado el 04 de Abril de 2014, de sitio Web Pascual Bravo: <http://www.pascualbravo.edu.co/site/pdf/calidad/iso9000-2000.pdf>

Red Pacto Global Colombia. (s.f.). *Preguntas frecuentes: Red Pacto Global Colombia*. Recuperado el 01 de Abril de 2014, de sitio Web de Red Pacto Global Colombia: <http://www.pactoglobal-colombia.org/ques.html>

Robayo, W. (2013). La responsabilidad social empresarial: entre el desarrollo económico y la protección del medio ambiente. *Zero* , 29-31.

Saavedra Garcia, M. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. *Cuadernos de administración Universidad del Valle* , 39-54.

Sanz Santolana, C. J., & González González, J. P. (2010). Las Memorias de Sostenibilidad y su Divulgación. *Contaduría Universidad de Antioquia* (57), 107-118.

Social Accountability International. (s.f.). *SA8000 Standard: Social Accountability International*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web Social Accountability International: <http://www.sai-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

Soy EColombiano. (s.f.). *Certificaciones ambientales: ISO 14000*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web de Soy EColombiano: <http://www.soyecolombiano.com/site/certificados-ambientales/iso-14000.aspx>

United Nations Global Compact. (s.f.). *Epañol: El Pacto Mundial*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web de United Nations Global Compact: <http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/>

United Nations Global Compact. (s.f.). *Los diez principios: United Nations Global Compact*. Recuperado el 02 de Abril de 2014, de sitio Web de United Nations Global Compact: http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/los_diez_principios.html

UPTC. (s.f.). *Documentos: UPTC (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia) Norma Internacional ISO 9000*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de sitio Web UPTC: http://www.uptc.edu.co/export/sites/default/sigma/documentos/ISO_9000-2000xESx.pdf

Zapata Gómez, A., & Sarache Castro, W. A. (2013). Calidad y Responsabilidad Social Empresarial: Un modelo de Causalidad. *DYNA*, 50 (177), 31 – 39.

ANEXO

1. Verificación cumplimiento parámetros GRI

MARCAS	
VS	Verificado a satisfacción.
CP	Cumple Parcialmente
IN	Incumple.
N/A	No aplica

Revisión GRI Metro de Medellín				
Trabajo de Grado II: El informe de RSE como herramienta de sostenibilidad en el Metro de Medellín en contraste con el impacto social, económico y ambiental de los usuarios.	Informe GRI 2011	Informe GRI 2012	Informe GRI 2013	Razón social: Metro de Medellín Ltda.
Aspectos evaluados	Marcas			Observación
CONTENIDOS BÁSICOS				
INFORMACIÓN SOBRE EL PERFIL				
1. Estrategia y análisis				
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	VS	VS	VS	
Presenta la estrategia y la visión global a corto plazo, a medio plazo (3-5 años) y a largo plazo, en especial en lo referente a la gestión de los principales desafíos asociados al desempeño económico, ambiental y social.	VS	VS	CP	En el año 2013 no se visualiza la estrategia y visión hacia el futuro cercano y lejano. Hace referencia al Plan Maestro 2006-2030 donde se especifican los proyectos a lograr.

Se evidencian las prioridades estratégicas y asuntos clave a corto/medio plazo en lo referente a la sostenibilidad, incluyendo el cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional y su relación con la estrategia organizativa y el éxito a largo plazo	VS	CP	CP	En el año 2013 se habla de los procesos y ejecuciones hechos a la fecha para cumplir con el Plan Maestro 2006-2030.
Contiene las tendencias de mayor alcance (macroeconómicas o políticas, por ejemplo) que afecten a la organización y que puedan influir sobre sus prioridades en materia de sostenibilidad	VS	VS	VS	
Incluye los principales eventos, logros y fracasos que se registren durante el periodo cubierto por la memoria.	VS	VS	VS	
Presenta las perspectivas de desempeño con relación a los objetivos.	VS	VS	VS	
Se evidencia el panorama de los principales desafíos y metas de la organización para el próximo año y objetivos para los siguientes 3-5 años	VS	CP	CP	En el año 2012, solo menciona alguno de sus objetivos a lograr a corto plazo, y luego se remite solo al Plan Maestro 2006 - 2030, y en el Informe del año 2013, solo se remite a dicho Plan Maestro, no menciona ninguno de sus objetivos logrados y a lograr.
Otros asuntos que incluye referente al enfoque estratégico de la organización	VS	VS	vs	En el año 2012: incluye temas de innovaciones, desarrollo e investigación.
2. Perfil de la organización				
2.1 Nombre de la organización.	VS	VS	VS	
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	VS	VS	VS	
Indica el papel que desempeña en el proceso de abastecimiento de estos productos y/o servicios y en qué medida la organización recurre a la subcontratación.	VS	VS	VS	

2.3 Se evidencia la estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	VS	VS	VS	
2.4 Informa la localización de la sede principal de la organización.	VS	VS	IN	En el Informe del año 2013, no informa la sede principal de la empresa
2.5 Indica el número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	N/A	N/A	N/A	
2.6 Se evidencia la naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	VS	VS	VS	
2.7 Incluye los mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	VS	VS	VS	
2.8 Se evidencia la dimensión de la organización informante	VS	VS	VS	
Incluye el número de empleados	VS	VS	VS	
Incluye las ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público)	VS	VS	VS	
Cantidad de productos o servicios prestados	VS	VS	VS	
(Aplica únicamente al punto 2.8) Además de lo anterior, se anima a que las organizaciones informantes aporten más información, según sea pertinente, como:				
Presenta Activos totales	VS	VS	VS	
Se evidencia el propietario efectivo (incluida su identidad y porcentaje de propiedad de los principales accionistas)	N/A	N/A	N/A	

Desglose por país/región lo siguiente:				
Se incluye las ventas/ingresos por países/regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales	N/A	N/A	N/A	
Se evidencian costes por países/regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales	N/A	N/A	N/A	
Presenta información de empleados	N/A	N/A	N/A	
2.9 Presenta los cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	VS	VS	VS	
Incluye la localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones	VS	VS	VS	
Incluye cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado)	N/A	N/A	N/A	
2.10 Informa los premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	VS	VS	VS	
3. Parámetros de la memoria				
PERFIL DE LA MEMORIA				
3.1 Se evidencia el periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	VS	VS	VS	
3.2 Se evidencia la fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	N/A	VS	VS	
3.3 Contiene el ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	VS	VS	VS	
3.4 Informa el punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	VS	VS	IN	En el año 2013 no se especifica algún contacto telefónico o correo para expresar algún comentario, inquietud o sugerencia.

ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA				
3.5 Indica el proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: Determinación de la materialidad; Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria; Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria	VS	VS	VS	
3.6 Se evidencia la cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	VS	VS	VS	
3.7 Indica la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. (Determinar si la presentación de la información es razonable y apropiada)	IN	IN	IN	En ninguno de los Informes Corporativos que brinda el Metro de Medellín se indican las limitaciones que tienen, y si su información es razonable, ya que no está obligada a realizarlo, no hay quien pueda auditar dichos informes
3.8 Informa en que se basa o que tienen en cuenta para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	VS	VS	VS	
3.10 Contiene la descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha re expresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	N/A	N/A	N/A	

3.11 Presenta los cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	N/A	CP	IN	En el año 2012, faltó comparativo en otros aspectos fundamentales del negocio como el alcance. En el año 2013, no se especifican los cambios importantes frente a periodos anteriores
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI				
3.12 Se evidencia una tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria; identifica los números de página o enlaces web donde se puede encontrar la siguiente información: Estrategia y análisis, Perfil de la organización, Parámetros de la memoria, Gobierno, compromisos y participación, Información sobre el enfoque de la dirección por dimensiones, Principales indicadores del desempeño, Indicadores adicionales del GRI que se hayan incluido, Indicadores de Suplementos sectoriales del GRI que se hayan incluido en la memoria.	VS	VS	IN	En el Informe del año 2013, no se presenta una tabla de contenido o índice que indique los contenidos básicos de dicha memoria.
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés				
GOBIERNO				
4.1 Se evidencia la estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. (Describe el mandato y la composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indica su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental.)	VS	VS	VS	
4.2 Indica si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la	VS	IN	CP	En el Informe Corporativo del año 2012, no especifican si el presidente de la organización, tiene un cargo ejecutivo ni sus funciones. Y en el

organización y las razones que la justifiquen).				Informe del año 2013 no se especifican sus funciones.
4.3 Sólo para organizaciones que tengan estructura directiva unitaria: Se indica el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. (Indíquese cómo define la organización los términos ‘independiente’ y ‘no-ejecutivo’. Este punto sólo se aplicará a aquellas organizaciones con una estructura directiva unitaria.)	N/A	N/A	N/A	
4.4 Se muestran los mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	VS	IN	IN	En el informe del año 2012 faltan los mecanismos de comunicaciones, y en el año 2013, no especifican las comunicaciones tanto con los socios como con los empleados.
<i>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</i>				
4.14 Se muestra la relación de grupos de interés que la organización ha incluido	VS	VS	VS	
Indica o expresa el uso de resoluciones de accionistas u otros mecanismos que permitan a los accionistas minoritarios expresar su opinión ante el máximo órgano de gobierno	N/A	N/A	N/A	
Indica el proceso de información y consulta a los empleados sobre las relaciones laborales con órganos de representación formal tales como “comités de empresa” a nivel de organización y la representación de los empleados en el máximo órgano de gobierno	CP	VS	IN	

<p>4.15 Indica la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. Este apartado incluirá el procedimiento de la organización para la definición de sus grupos de interés así como para la determinación de los grupos que participan y los que no.</p>	VS	VS	VS	
<p>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</p>				
<p>No es necesario evaluar según la guía G3</p>				
<p>INDICADORES DE DESEMPEÑO SEGÚN LA G3 & INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LOS SUPLEMENTOS SECTORIALES</p>				
<p>Informa sobre un mínimo de 10 Indicadores de Desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental.</p>				
<p>Se evidencia indicadores del desempeño económico: Tenga en cuenta que la dimensión económica de la sostenibilidad afecta al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial.</p>	VS	VS	VS	
<p>Se evidencia indicadores del desempeño ambiental: La dimensión ambiental de la sostenibilidad se refiere a los impactos de una organización en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua.</p>	VS	VS	VS	

Se evidencia indicadores del desempeño social: La dimensión social de la sostenibilidad está relacionada con los impactos de las actividades de una organización en los sistemas sociales en los que opera, verifique si hay indicadores en los siguientes aspectos:

*Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo.

*Indicadores del desempeño de Derechos Humanos

*Indicadores del desempeño de Sociedad

*Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos

VS

VS

VS