

LabS inversores

26 de abril 2022

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES CLAVE

Agenda

10:30 - 10:40	Bienvenida y presentación Beatriz Gómez Escalonilla, directora de empresas en Fundación SERES
10:40 - 11:20	Análisis del papel de los proveedores de información dentro de la inversión sostenible, retos y tendencias, con la colaboración de EY. Retos para emisores: Optimización de los procesos de <i>reporting</i> y respuesta a las demandas de información del mercado. Retos para entidades financieras: Barreras a la integración de aspectos no financieros en la toma de decisiones Evolución de la actividad y perspectivas de futuro
11:20 - 11:30	Próximos pasos Diálogo y propuesta por parte de las empresas asistentes.
11:30	Fin de la sesión

Resumen de la sesión

Los proveedores facilitan la información necesaria para la toma de decisiones y gestión de riesgos de los inversores. Actúan como “examinadores” de las compañías, y permiten a los financiadores decidir cómo gestionar sus inversiones.

En octubre, dimos respuesta a los aspectos clave en los flujos de información y el marco en el que se producen estos flujos. Además, realizamos una aportación importante al clasificar los tipos de actores y las soluciones que ofrecen.

Desde entonces, se ha hecho un análisis a través de conversaciones con analistas como MSCI, S&P, Sustainalytics y Clarity AI para analizar la información que emplean y facilitar la comprensión sobre lo que necesitan por parte de las empresas.

¿QUÉ INFORMACION BUSCAN LOS PROVEEDORES DE INFORMACIÓN Y DÓNDE?

Los proveedores analizan fundamentalmente **información pública**. Esta incluye no solo la información reportada por la compañía (como el informe de sostenibilidad o los Estados de Información No Financiera) sino, sobre todo, **información pública externa a la compañía** procedente de diversas fuentes como prensa, redes sociales o informes de terceros. Es fundamental que las empresas den respuesta a esta información externa. Sin embargo, muchas de ellas todavía no lo contemplan en sus estrategias de comunicación.

A nivel interno, también es muy importante conocer todos los departamentos que emiten información (comunicación, regulación, gestión con clientes, etc.) y gestionarlos activamente desde su origen, ya que los proveedores van a tener en cuenta **cualquier emisión por parte de la empresa**.

Cabe destacar que la información empleada es tanto **cuantitativa como cualitativa**. La primera facilita la comparabilidad y permite realizar valoraciones más objetivas. No obstante, la información cualitativa es la que ofrece el contexto y permite analizar aspectos específicos de la compañía y/o el sector en el que opera, lo que hace que tenga una enorme relevancia.

En términos generales, los analistas se enfrentan a una enorme **heterogeneidad** en la información que manejan, por lo que a menudo la información recibida es tratada e incluso se establecen tendencias sectoriales para lograr un dato más homogéneo. Cabe esperar que los nuevos desarrollos regulatorios y de marcos de *reporting* permitan reducir esa heterogeneidad.

Finalmente, las **controversias** son uno de los aspectos a los que más atención prestan los analistas, y se espera que en los próximos años su relevancia vaya en aumento. Los proveedores analizan esta información diariamente, por lo que es imprescindible que desde la empresa se haga una **gestión proactiva y continua de los conflictos** emergentes. Es importante transparentar aspectos como las causas del conflicto, las medidas de prevención tomadas, las acciones desarrolladas o los KPIs vinculados al incidente para mostrar cómo se está gestionando. En este sentido, **la respuesta debe provenir de un ejercicio de manifestación de posición común de la compañía y debe ser pública** (como mínimo debe aparecer en la página web corporativa).

¿DE QUÉ FORMA OBTIENEN LA INFORMACIÓN Y CÓMO LA CONTRASTAN?

Es necesaria una **comunicación constante** de la empresa con los proveedores a lo largo del año (actualización de metodologías empleadas, gestión de las controversias emergentes, respuesta a peticiones de *feedback* y cualquier otro hito interno relevante). Teniendo esto en cuenta, identificamos **diez recomendaciones** para mejorar la actividad de divulgación de la empresa:



¿Qué información buscan y dónde?



¿Cómo evalúan esa información?



¿Para qué se utiliza esa información?

10 recomendaciones tácticas para mejorar la divulgación

1. Identificar a todas las **áreas con potencial contribución** al *reporting* en base a marcos, regulación y demandas de inversores
2. Invitar a todas las áreas implicadas para **compartir objetivos, directrices y fechas clave**
3. Definir a los **responsables ESG** que centralicen la información para asegurar la consistencia e integridad del *reporting*
4. Recopilar y referenciar adecuadamente todas las **evidencias** relacionadas con la información aportada
5. Evaluar el **marco interno** vinculado con los ámbitos sobre los que reportar (alcance, vigencia, formato, etc.)
6. Utilizar **referencias a otros reportes públicos** (CDP, UNPRI, etc.)
7. Anticipar la **fecha de publicación de la información**
8. Facilitar la **trazabilidad de la información** para el analista (palabras clave, Excel, referencia marcos, etc.)
9. Definir **espacios en la web** donde publicar información que no tenga cabida en los informes anuales
10. Garantizar la **traducción al inglés** de toda la información pública



En conclusión, **la información de sostenibilidad de la empresa no puede dejarse solo para la memoria anual**. Esta constituye un único punto dentro de toda la información que las empresas deben facilitar a lo largo del año. Si no existe una comunicación continua y constante, los proveedores buscarán la información en otro lado y las controversias ganarán peso en el análisis al tratarse de la información más llamativa en medios.

¿CÓMO EVALUAN ESA INFORMACION?

Los analistas emplean **distintos enfoques metodológicos** para analizar la información que proviene de las compañías, en función del fin para la que la vayan a utilizar. No obstante, esto genera una carga de trabajo muy elevada tanto para las compañías como para los inversores, por lo que existe una tendencia a la unificación.

Algunas de estas metodologías son muy transparentes, lo que permite una mejor adaptación a la solicitud de información por parte de la empresa, mientras que otras siguen un proceso más opaco.

En cualquier caso, los aspectos más relevantes dentro de los bloques ESG analizados, son muy **dependientes del sector y de la materialidad establecida por la propia compañía**. Si una empresa señala un aspecto como material en su informe anual y luego no lo reporta, se verá penalizada. Por ello es importante **vincular la información publicada con la exposición a los riesgos** de la compañía.

Bajando a temáticas específicas, ahora mismo hay una mayor madurez en la divulgación ambiental, pero **se espera que los analistas exijan cada vez más ámbitos en términos S y G**. Si analizamos las cuestiones que van a ser más relevantes el próximo año, la biodiversidad y la taxonomía ocupan un lugar destacado.



En general, los analistas suelen incorporar a su análisis las principales **novedades consideradas en las nuevas regulaciones y marcos de reporting**. Anticiparse a estas novedades permitirá dar una mejor respuesta a los inversores.

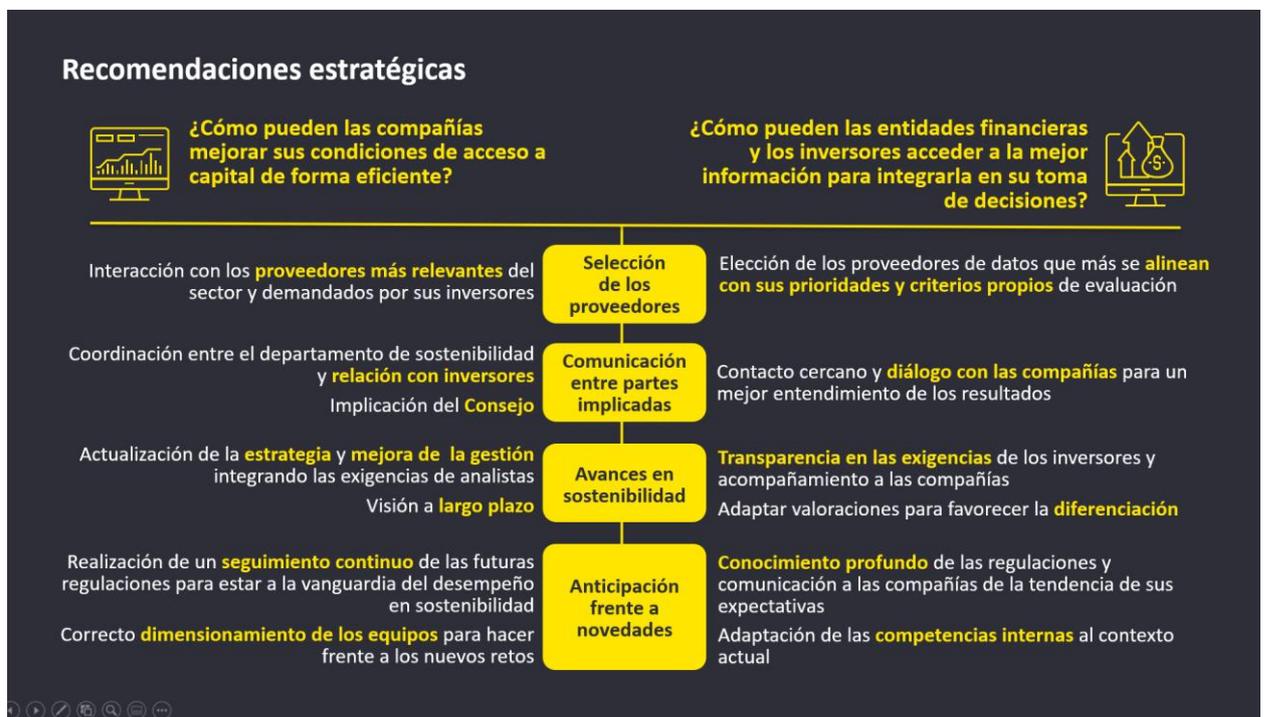
¿PARA QUÉ SE UTILIZA ESTA INFORMACIÓN?

La mayor parte de los resultados de los análisis se ven a través de suscripciones de pago a las plataformas del proveedor, que los financiadores suelen pagar para acceder a estos datos.

La información **permite a la compañía compararse con sus peers y mejorar el desempeño propio**. En este sentido, actúa como una herramienta de gestión y permite mejorar su posicionamiento.

Para la comunidad inversora, ofrece transparencia y se integra en los procesos de la toma de decisiones, ya que da una idea de cuál será el desempeño de la empresa a futuro.

Teniendo esto en cuenta, establecemos una serie de prioridades estratégicas:



Lecciones aprendidas

- **La información que emplean los analistas proviene de diversas fuentes:** Tienen en cuenta tanto fuentes externas como cualquier emisión por parte de la empresa. Por eso es fundamental conocer todos los departamentos que emiten información y gestionarlos activamente desde su origen.
- **La anticipación es clave:** Para ser líder en *reporting*, la empresa debe dedicar recursos en el equipo para adelantarse a las demandas de los inversores y estar a la vanguardia en sostenibilidad.
- **Gestión de controversias:** La respuesta debe provenir de una posición común de la compañía y estar disponible públicamente. Esto se puede hacer en la propia web de la empresa. Aunque en España no es habitual que se publiquen datos que tienen una connotación negativa, en otros países es una práctica común, que ofrece un balance entre lo negativo y lo positivo y aporta mucha credibilidad a la empresa al mostrar cómo responde a estas cuestiones.
- **La información de sostenibilidad no se puede dejar solo para la memoria anual:** La memoria constituye un único punto dentro de toda la información que se debe facilitar a lo largo del año. Si no existe una gestión activa, los proveedores buscarán la información en otras fuentes, donde las controversias suelen ser muy llamativas.
- El **compromiso a nivel del Consejo** es fundamental, ya que va a favorecer una mejor percepción de la gestión de cuestiones ESG dentro de la compañía.
- **Un mismo proveedor, diferentes enfoques metodológicos:** Los analistas emplean distintos enfoques metodológicos para analizar la información que proviene de las compañías, ya que la emplean para fines distintos. No obstante, existe una tendencia a que esto se unifique.
- **Importancia de la materialidad:** Los analistas tienen muy en cuenta la materialidad de la compañía. Una empresa no puede señalar un aspecto como material en su informe anual y si no hace reporte sobre él. Es fundamental vincular la información con la exposición a los riesgos.

Próximos pasos

En los próximos meses, seguiremos trabajando sobre los proveedores de datos para generar un informe en el que detallaremos toda la información publicada en las sesiones de octubre y abril.

Empresas participantes

