



¿REALMENTE ES ÚTIL LO QUE REPORTAMOS?

REPENSANDO
EL VALOR DE
LOS REPORTES
DE SOSTENIBILIDAD

Centro RS

Alianzas para el desarrollo sostenible



isa

INTERCOLOMBIA

¿REALMENTE ES ÚTIL LO QUE REPORTAMOS?

REPENSANDO EL VALOR DE LOS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD

Claudia Cárdenas Acosta

Consultora Senior de Sostenibilidad



PRESENTACIÓN

Si bien los reportes de sostenibilidad han estado presentes en la escena de la sostenibilidad desde hace muchos años, día a día cobran mayor relevancia pues son la herramienta por excelencia para comunicar la gestión de las organizaciones frente a los impactos que generan en la economía, el medio ambiente y las personas, y por ende se encuentran totalmente conectados con los procesos de revelación de información que han dejado de ser voluntarios y transitan hacia la senda de la obligatoriedad.

Bajo este escenario, la elaboración de los reportes de sostenibilidad representa un esfuerzo creciente para las organizaciones. No sólo se requieren sistemas de información y procesos de verificación cada vez más robustos, sino que también deben incorporarse las expectativas y exigencias de los diferentes grupos de interés. A esto se suman los requerimientos de múltiples estándares que deben analizarse y armonizarse, todo dentro de un marco de transparencia que permita generar información útil y oportuna para la toma de decisiones de los grupos de interés.

En este contexto, inicia la temporada de reporte y cada vez son más las organizaciones que se suman a la elaboración de informes de sostenibilidad. Se trata de una tarea exigente tanto para los que empiezan como para los que llevan años reportando, pues en todos los casos surgen preguntas fundamentales, ¿qué tanto valor aporta realmente el reporte a los grupos de interés? ¿efectivamente los reportes influyen en el proceso de toma de decisión de los usuarios de la información? ¿cómo pueden las organizaciones identificar la verdadera captura de valor que hacen los grupos de interés a través de la información que se comunica?



Responder a estas preguntas requiere una reflexión profunda. Por un lado, es necesario comprender el escenario actual en el que se desarrollan los procesos de reporte, identificando las tendencias asociadas con el uso de las metodologías, la obligatoriedad de ciertos marcos, los procesos de verificación e incluso la incorporación de la inteligencia artificial, entre otros aspectos. Por otro lado, este panorama debe complementarse con la perspectiva de los usuarios directos de la información, considerando sus intereses y expectativas frente al contenido, la calidad de la información y la utilidad del reporte.

En este marco, el Centro RS e ISA INTERCOLOMBIA, presentan este documento que recoge de manera general las principales tendencias en la elaboración de reportes de sostenibilidad y evidencia la transformación que esta práctica ha experimentado. Posteriormente, se socializan y contrastan estos hallazgos con los resultados del webinar realizado con expertos usuarios de la información, cuyo propósito fue explorar el valor de los reportes y responder a las preguntas clave sobre su utilidad. ●

Finalmente, se presentan los resultados del ejercicio de consulta directa a los grupos de interés de ISA INTERCOLOMBIA acerca de la utilidad del Reporte Integrado de Gestión de la organización, un insumo valioso para identificar las señales que deben considerarse en esta etapa de revisión y ajuste hacia su nueva versión.



LA TRANSFORMACIÓN DE LOS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD

Los reportes de sostenibilidad se conocen como los documentos que ponen en conocimiento público la contribución de las organizaciones al desarrollo sostenible y su gestión frente a los impactos que genera en la economía, el medio ambiente y las personas, son documentos que se elaboran bajo diferentes metodologías elegidas de acuerdo con el interés de la organización y se consideraban inicialmente voluntarios.

La tendencia global muestra un aumento constante en el número de empresas en el mundo que realizan reportes de sostenibilidad, KPMG internacional publica de manera bianual, la encuesta sobre reportes de sostenibilidad y en su última versión *"The move to mandatory reporting"* (2024) menciona que el 96% de las 250 empresas más grandes del mundo (G250) informan sobre temas de sostenibilidad de manera habitual y a través de informes de sostenibilidad, porcentaje que en 1999 (Cuando KPMG lo midió por primera vez) sólo alcanzaba el 35%.

De la misma manera la encuesta realizada por la consultora EcoOnline en 2024 a las 100 empresas más grandes de EE. UU. muestra que el 93 % de ellas destinan presupuestos a la elaboración de informes de sostenibilidad y cerca del 99 % planea aumentar el gasto en informes de sostenibilidad y cumplimiento normativo en los próximos tres años. (2024 Sustainability Readiness Report, EcoOnline).

Estos resultados dejan claro que para las organizaciones no está en discusión si reportar o no, los reportes siguen siendo una herramienta vigente y relevante en las empresas y su uso es cada vez más generalizado.

Por otro lado, el avance y madurez de los procesos de integración de la sostenibilidad en la estrategia de las organizaciones, así como el interés cada vez mayor de diferentes grupos de interés, como los entes reguladores por contar con información más rigurosa, medible y comparable, que sea útil no solo para los procesos de toma de decisión sino para evaluar

el compromiso de las organizaciones frente a sus impactos en la economía, el medio ambiente y las personas, ha marcado una tendencia clara hacia la obligatoriedad a través de la definición de requerimientos de revelación de información que se vienen incorporando a nuevos marcos y estándares a nivel global como la Directiva de reportes "*The Corporate Sustainability Reporting Directive*" (CSRD) o los "*IFRS Sustainability Disclosure Standards* (IFRS 1 - IFRS2)".

Como señala el informe de KPMG 2024, aunque las directrices y estándares voluntarios siguen siendo ampliamente utilizados, como es el caso del Global Reporting Initiative (GRI) el estándar predominante para la elaboración de reportes de sostenibilidad: tres cuartas partes de las empresas G250 lo utilizan, así como SASB y las directrices elaboradas por las bolsas de valores, cuyo uso ha incrementado en los últimos dos años, en un contexto de transición en el que se están definiendo nuevos estándares globales, la tendencia sugiere que este panorama podría cambiar conforme avance la adopción de requisitos obligatorios de reporte en los próximos años.

Los marcos obligatorios de reporte están demandando información más rigurosa y específica, lo cual está elevando la calidad de los datos divulgados y consolidando una tendencia hacia la verificación y el aseguramiento.



Finalmente, la forma en que se presentan los reportes de sostenibilidad y se comunica la información también está experimentando transformaciones. Transitamos hacia informes más cortos, en formatos diferentes, por ejemplo, el estudio de Teneo *"The DNA of 2023 U.S. Sustainability Reports,"* señala que los micrositos de sostenibilidad en línea se han triplicado en los últimos tres años, el 88% de las 100 empresas mas grande de Estados Unidos ya cuenta con uno. Así mismo, avanzamos hacia reportes que dejan de ser una "instantánea" anual para ofrecer información y datos en tiempo real, lo que permitan evidenciar el desempeño de las organizaciones durante todo el año y desarrollar formatos diferenciados que respondan de manera específica a las expectativas de cada grupo de interés.

Para cerrar este apartado, es imposible hablar de la evolución de los reportes de sostenibilidad sin reconocer la influencia de la Inteligencia Artificial (IA). En el documento de Richard Howitt *"The State of sustainability reporting by United States business in 2025"* elaborado por Reuters Events, se destaca que la IA dominará gran parte de los avances en sostenibilidad en los próximos períodos. Luke Elder, Director de Informes de Sostenibilidad de Google señala que la IA está alterando, transformando y potenciando todas las industrias y la sostenibilidad no es una excepción. Además, la elaboración de reportes de sostenibilidad es especialmente adecuada para la implementación de IA, debido a su alta carga textual, el uso intensivo de datos desestructurados provenientes de diversas fuentes, la cobertura de disciplinas complejas y técnicas, y la fragmentación existente entre múltiples marcos, estándares y regulaciones.

El director de Informes de Sostenibilidad de Google considera que el conjunto de oportunidades de la IA para los informes abarca la generación e interacción de contenido, menciona que utilizan diversas herramientas de IA, como Gemini, Gems, NotebookLM y otras, para optimizar y respaldar el proceso de generación de contenido, aclarar el lenguaje, armonizar el tono, resumir los materiales de apoyo y mejorar la accesibilidad. En el Informe Ambiental 2024 de Google, se incluyó una herramienta de IA para ayudar a los lectores a crear su propio resumen y selección de temas, según sus intereses, y a usar un chatbot para consultar cualquier sección del informe. ●



WEBINAR ¿REALMENTE ES ÚTIL LO QUE REPORTAMOS?

Para responder esta pregunta y en el marco de la alianza entre el Centro RS e ISA INTERCOLOMBIA, enfocada en la promoción de mejores prácticas en sostenibilidad, el fortalecimiento de la cultura de sostenibilidad y la generación de insumos de valor para los grupos de interés.



Se promovió una conversación con expertos usuarios de la información divulgada en los reportes de sostenibilidad cuyo objetivo central fue explorar el valor que generan los reportes de sostenibilidad a diferentes grupos de interés como usuarios de su información (inversionistas, analistas, revisores de la cadena de suministro), para identificar qué tipo de información es realmente útil, que otra no agrega valor y cómo avanzar en mejores formas de transmitir y usar la información reportada.

En un contexto como el que mencionamos en el apartado anterior, donde la práctica de reporte se sigue expandiendo aceleradamente, ya sea por las exigencias regulatorias, los estándares globales o las expectativas crecientes de transparencia, surgen preguntas críticas como: ¿qué información realmente usan los grupos de interés para tomar decisiones?, ¿qué partes de los reportes son útiles y cuáles no agregan valor?, ¿cómo pueden las organizaciones mejorar la forma de reportar, comunicar y usar internamente esta información?

Estas preguntas se abordaron en el webinar realizado el 12 de noviembre de 2025, con tres invitados de amplia trayectoria en temáticas de sostenibilidad, inversión responsable, cumplimiento, finanzas sostenibles y procesos de reporte y análisis de información: Eduardo Atehortúa, Socio, asesor y consultor en Deloitte; Enrique Mercado, Director General de PAR Servicios Integrales y César Rodríguez, Director ejecutivo de Corporación Inversor, la moderación estuvo a cargo de Claudia Cárdenas, Consultora senior de sostenibilidad y Natalia Guzmán, Analista de Sostenibilidad en ISA INTERCOLOMBIA.

El diálogo se centró en una reflexión clave: hoy en día es necesario reportar de manera útil, estratégica y orientada a los usuarios de la información, por ende, las organizaciones deben hacerse preguntas incómodas, que son muy vigentes en esta temporada de inicio de reportes, ¿realmente alguien lee el reporte?, ¿toda la información reportada se lee o se utiliza?, ¿qué tan útil es esa información para la toma de decisiones? y ¿cómo se identifica la captura de valor real que hacen los usuarios de los reportes?. El debate permitió identificar conclusiones tanto de fondo como de forma, así como importantes retos sobre los reportes de sostenibilidad y su utilidad.

Tipo de información que se considera útil

Los reportes de sostenibilidad siguen siendo la fuente oficial de información no financiera a la que acuden los grupos de interés, esperando encontrar resultados sobre el desempeño de las organizaciones en temas ambientales y sociales, así como una identificación clara y precisa de impactos que genera y los riesgos que enfrenta en dichas dimensiones.

Para los usuarios de reporte es de gran utilidad entender como la sostenibilidad se relaciona con la estrategia y es fundamental encontrar la información relacionada con la gobernanza, ya que permite entender cómo se toman las decisiones dentro de la organización, un aspecto central dada la naturaleza de los riesgos asociados a estas prácticas y la importancia de identificarlos adecuadamente. Del mismo modo, la información sobre las prácticas laborales y la gestión de la cadena de abastecimiento es esencial para evaluar el desempeño de la organización.

Finalmente, es fundamental que los reportes de sostenibilidad incluyan detalles sobre el relacionamiento con los grupos de interés y la manera en que la organización gestiona sus impactos de forma diferenciada, respondiendo a las expectativas y necesidades particulares de cada grupo.

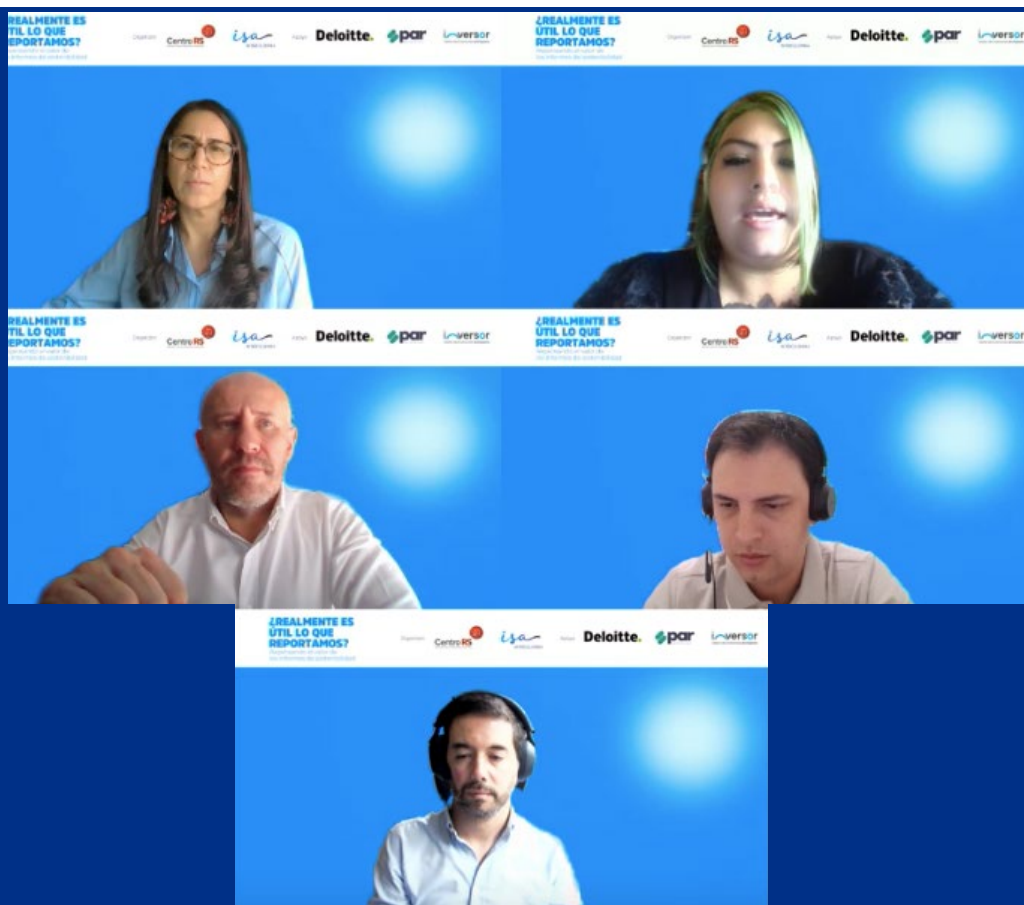


Calidad de la información

Además del tipo de información que se considera útil es necesario que cuente con atributos concretos, en ese marco, el estándar GRI como referente metodológico, propone principios para la elaboración de los reportes que siguen absolutamente vigentes, el deber ser del reporte es la comunicación a los públicos de interés centrada en aportar en el proceso de toma de decisiones, de manera clara, precisa, comparable, exhaustiva, puntual, equilibrada y verificable.

Dentro de los atributos de calidad también es muy relevante la contextualización de la información, hacer evidente las particularidades de la industria o sector al que pertenece la organización y los diferentes ecosistemas que lo componen, así como el uso de datos de referencia que facilitan la comprensión y comparabilidad de la información. No se interpreta de la misma manera un dato en un sector que en otro.

Por otro lado, en el manejo y uso de la información la credibilidad es fundamental, se requiere información verificada y validada que aporte certeza a los grupos de interés.



Conclusiones

- ❏ Claramente la elaboración de reportes ha crecido más que su utilización real, la tendencia sigue mostrando aumento en las empresas y organizaciones que reportan, sin embargo, eso no es garantía de aumento de la calidad y uso de la información.
- ❏ Los reportes de sostenibilidad si generan valor, pero no a todos los usuarios por igual, cada grupo de interés busca información relevante para su proceso de toma de decisión y no necesariamente tiene interés en toda la información que se reporta.
- ❏ Para muchos de los usuarios de los reportes, la información es su herramienta de trabajo para tomar decisiones, por ende, la información debe ser no solo completa, sino que debe tener atributos claros de calidad, comparabilidad y verificabilidad.
- ❏ Los reportes de sostenibilidad si se usan, pero principalmente para buscar información puntual y no para leer extensas narrativas.
- ❏ El gran usuario de los reportes es el que toma decisiones a partir de su información, ya sea para invertir, para confiar, para creer, para comprar, para hacer negocios etc.
- ❏ Normalmente la relevancia de la información reportada se ve limitada debido a que gran parte del contenido reportado no se basa en la materialidad, entendida esta como un ejercicio actualizado y riguroso de identificación de temas relevantes.
- ❏ La mayor brecha está entre lo que reportan las empresas y lo que realmente buscan los usuarios de la información. Los usuarios quieren datos confiables, claros y priorizados, mientras los reportes suelen tener exceso de narrativa, temas poco relevantes y poca claridad en los impactos negativos generados por la organización.
- ❏ En los reportes no sirven las autodeclaraciones, es fundamental la verificación que garantice la confiabilidad de la información.
- ❏ Una de las fallas más comunes en los reportes es el exceso de contenido, aun en la actualidad muchos reportes superan las 150 páginas, lo cual no permite encontrar con facilidad lo más relevante, no se prioriza la información, cuentan con mucha información cualitativa, narrativa y poco métrica y por ende son informes que ya no tienen usuario. Los usuarios de reporte buscan informes cortos, concretos, precisos y orientados a indicadores claves.
- ❏ A pesar de contar con rigurosos ejercicios de materialidad, muchas organizaciones no los utilizan para definir lo sustancial en el contenido del reporte.
- ❏ Los reportes de sostenibilidad cuentan con cuatro usuarios principales: los reguladores - como el caso de la Superintendencia Financiera y la Superintendencia de Sociedades en Colombia, los colaboradores, los clientes y el sector financiero – como aseguradoras e inversionistas.
- ❏ El mejor usuario del reporte es la misma organización en la medida que lo utilice como herramienta de gestión y no sólo de comunicación.
- ❏ En los reportes predomina la información asociada a los logros de la organización, pero es poco visible lo relacionado con los impactos negativos.

Recomendaciones

- ❏ Generar información de calidad, contextualizada, estandarizada y validada, datos que se conviertan en información útil para los procesos de toma de decisión de los grupos de interés.
- ❏ Incluir en el informe solo el contenido relevante, “creerle y hacerle caso al ejercicio de materialidad”.
- ❏ El reporte debe reflejar hacia dónde va la organización, los grupos de interés quieren ver lo más relevante de la sostenibilidad, pero también como avanza la organización y cómo evoluciona a través de métricas claras y trazabilidad.
- ❏ Utilizar el reporte como herramienta de gestión, lo cual implica integrar los hallazgos del proceso de reporte en la definición de la estrategia, en la gestión de riesgos y en las decisiones transversales. Reportar solo por cumplimiento, no agrega valor a la organización.
- ❏ Salir de la inercia, no se debe seguir la inercia de publicar anualmente el reporte porque es una tarea definida, es fundamental hacerse las preguntas clave, ¿quién lee el reporte y como o para qué lo utiliza?, ¿para quién se hace el reporte?, ¿quién es el usuario?, con esas respuestas sé qué información se necesita, que información sobra, cuál debe ser el canal de comunicación, el lenguaje etc. Incluir las voces de los usuarios,
- ❏ Implementar ajustes de forma, mucha información que no cambia o es estática sobra en el informe, puede ir a la página web, todo lo que adorna no es necesario.
- ❏ Analizar la pertinencia de generar diferentes informes para diferentes públicos.
- ❏ Incorporar indicadores claros y rigurosos, verificables y comparables. ●





CONSULTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS SOBRE EL REPORTE INTEGRADO DE GESTIÓN DE ISA INTERCOLOMBIA

ISA INTERCOLOMBIA, en el marco de un proceso de mejora continua, implementó una encuesta de captura de valor de su reporte integrado de gestión, con el objetivo de conocer el valor que los grupos de interés le otorgan, su utilidad, comprensión, impacto y sugerencias para mejorar la comunicación.

A través de veintiún preguntas, divididas en cinco secciones, la encuesta consultó a los grupos de interés sobre:

- Acceso y conocimiento del reporte
- Utilidad y valor del reporte
- Impacto, confianza y reputación
- Experiencia de uso y formatos
- Sugerencias y contenido

Se recibieron 21 respuestas de trabajadores, aliados estratégicos, proveedores y representantes de la comunidad.

Los resultados obtenidos en cada una de las secciones fueron:

Acceso y conocimiento del reporte

Los resultados muestran que el Reporte Integrado de Gestión tiene un nivel de conocimiento relativamente alto entre los representantes de los grupos de interés. El 57,2% de los encuestados afirma conocerlo, y dentro de este grupo, la mitad lo ha revisado en detalle, mientras que la otra mitad lo ha consultado parcialmente.

Un 19% tiene una idea general de su contenido o propósito, mientras que un 14% no lo conoce y un 9,5% únicamente ha oído hablar de él.

En cuanto a su uso, la mayoría (42,9%) recurre al reporte como documento de consulta puntual, lo que evidencia que cumple una función de referencia para necesidades específicas. Un 33,3% lo revisa anualmente, lo cual sugiere un hábito consolidado de consulta asociado a los ciclos de gestión y relacionamiento.

En conclusión, el reporte tiene una presencia reconocida entre los grupos de interés, pero aún existe oportunidad para ampliar su divulgación y fortalecer los hábitos de consulta proactiva.

ENCUESTA

CAPTURA DE VALOR


Reporte Integrado de Gestión
ISA INTERCOLOMBIA



isa
INTERCOLOMBIA

Utilidad y valor del reporte

La utilidad general del reporte es bien valorada. Para comprender la estrategia y la gestión de la empresa, el 66,7% lo considera útil o muy útil, mientras que solo el 9,5% lo percibe como poco útil. En términos de relevancia para la toma de decisiones, las opiniones se distribuyen de manera equilibrada:


28,6%
considera que ofrece
información muy relevante.


28,6%
que ofrece información
relevante.


28,6%
que es relevante
parcialmente.

En conclusión, el reporte es valorado por su utilidad estratégica, su aporte a la toma de decisiones y su capacidad para explicar impactos, pero aún puede fortalecerse como instrumento de diálogo y contextualización para cada audiencia.

Esto indica que el reporte aporta valor, aunque los niveles de profundidad y especificidad podrían variar según las necesidades particulares de cada grupo.

Respecto al diálogo con la empresa, un 42,9% señala que el reporte facilita la interacción, mientras que otro 42,9% señala que solo lo facilita en alguna medida o poco. Este resultado refleja que el reporte es útil, pero puede fortalecerse como herramienta de relacionamiento bidireccional.

Finalmente, en cuanto a claridad sobre los impactos sociales y ambientales, la percepción es positiva:


23,8%
considera que comunica con
total claridad.


42,9%
que comunica con claridad.


28,6%
que lo hace con claridad
moderada.



Impacto, confianza y reputación

El reporte tiene un impacto directo en la confianza, el 71,4% afirma que el reporte refuerza ampliamente o refuerza su confianza en la empresa. Solo un 14,3% considera que refuerza poco su confianza. En cuanto al aporte a la reputación, la percepción es altamente positiva: el 81% considera que el reporte contribuye a mejorar la reputación de la empresa.

Sobre el cambio de percepción, las respuestas están equilibradas:

52,4%

afirma que su percepción
cambió positivamente tras
revisar el reporte.

47,6%

indica que no
experimentó cambios.

En conclusión, el Reporte Integrado de Gestión es un instrumento reputacional sólido, que fortalece la confianza y modifica positivamente la percepción de más de la mitad de los usuarios que lo consultan.

Experiencia de uso y formatos

La información es considerada clara y comprensible por una amplia mayoría: 61,9% afirma que es totalmente clara y 19% la considera parcialmente clara.

Sobre los formatos preferidos:

38,1%

prefiere PDF descargable.

33,3%

prefiere una página web interactiva.

23,8%

valora resúmenes visuales.

Para recibir información del reporte, el correo electrónico es ampliamente dominante (66,7%), seguido muy de lejos por WhatsApp y la página web (14,3% cada uno).

En conclusión, los usuarios priorizan la claridad y accesibilidad. El PDF continúa siendo el formato más valorado, pero hay apetito creciente por formatos interactivos y visuales más ágiles.



Las secciones más útiles del reporte se relacionan con los intereses específicos de cada grupo:

23,8%

Información financiera y operativa

19%

KPIs e indicadores de desempeño

19%

Gestión social y comunidades

14,3%

Estrategia y riesgos

9,5%

Gestión ambiental

Las razones mencionadas muestran patrones comunes:

- Necesidad de comprender el desempeño real y compararlo con el sector.
- Interés por los temas sociales, el trato a los trabajadores y las brechas entre directivos y empleados.
- Comprensión de riesgos, metas y contribuciones regionales.
- Valor en contar con una visión holística y transparente del negocio.

En conclusión, los usuarios buscan información concreta, comparable y orientada a desempeño, especialmente financiera, social y estratégica.

En cuanto a la aplicabilidad de la información, un 66,7% considera que la información es totalmente aplicable o aplicable a sus necesidades. Un 14,3% considera que es poco aplicable. Este segmento menor señala principalmente falta de conocimiento o desalineación con su rol. En conclusión, la mayoría encuentra el reporte útil para su contexto, pero existe un grupo que necesita información más personalizada o pedagógica.



Sugerencias y contenido

Los temas más mencionados para incluir o ampliar fueron:

- 🔗 KPI y datos comparables.
- 🔗 Materialidad.
- 🔗 Innovación y estrategia.
- 🔗 Escenarios futuros y transición energética.
- 🔗 Relacionamiento estratégico con proveedores.
- 🔗 Indicadores sectoriales para benchmarking.
- 🔗 Inversión en regiones, especialmente la Costa Caribe.
- 🔗 Relación de metas ambientales y sociales con la estrategia económica.
- 🔗 Avances frente a la Estrategia 2040.

En conclusión, existe una demanda de mayor profundidad técnica, contexto sectorial y datos que conecten estrategia, materialidad y desempeño real.



Como sugerencias de mejora en presentación y claridad, las recomendaciones se concentran en tres ejes:

1. Hacer el reporte más digerible: reducir densidad, incluir más resúmenes, usar videos.
2. Incrementar objetividad: más datos, menos texto narrativo.
3. Mejor socialización: presentaciones, reuniones y canales múltiples.

En conclusión, hay expectativas de mayor simplificación visual, uso de formatos diversos y fortalecimiento de la comunicación activa.

Conclusiones generales

- El Reporte Integrado de Gestión tiene una alta valoración como herramienta de confianza, reputación y toma de decisiones.
- Su contenido es percibido como útil y claro, aunque con oportunidades para hacerlo más interactivo, pedagógico y orientado a desempeño.
- Los usuarios buscan más información estratégica, comparativa y prospectiva, especialmente sobre transición energética, KPIs, riesgos, materialidad y relación entre metas y desempeño.
- La socialización activa del reporte es clave para incrementar su conocimiento y aplicabilidad.
- Existe una base sólida de confianza, pero con oportunidades para profundizar en la manera en que se explican los impactos y cómo se fortalecen los vínculos con cada grupo de interés.



