

ESTUDIO INDUSTRIA:

Primer estudio ESG en la banca chilena de stakeholders

Estudio anual entre SSINDEX y ABIF permite identificar riesgos y oportunidades sobre variables ESG que impactan la continuidad operacional, usando información de stakeholders como empleados, clientes y proveedores.

El SSINDEX BANKING Chile es un estudio anual, sin costo, para los bancos chilenos, en el que reciben un informe benchmark respecto a la industria y por stakeholder, incluyendo un análisis para empleados, clientes y proveedores.

“El valor que tiene para los bancos es que se les entrega información nueva, que no habían recogido con otras herramientas de encuestas de clima, encuestas de clientes o evaluaciones de los proveedores. Dado que el SSINDEX mide 35 variables específicas y luego cruza información entre grupos, encontramos el origen de problemas y el aporte o responsabilidad que tiene cada grupo para lograr mayor eficiencia y una mejor gestión”, comenta Florencia Larraín, Senior Development Associate de SSINDEX Chile.

RESULTADOS GENERALES

El SSINDEX BANKING Chile 2022 midió a 6.617 stakeholders; incluyendo a colaboradores, clientes y proveedores, obteniendo un desempeño general de un 75%, en una escala de 0 a 100%, lo que significa que el 75% de los colaboradores, clientes y proveedores están comprometidos con los bancos en las variables que impactan su desarrollo y continuidad operacional. Este es un buen desempeño que posiciona a los bancos en 3 puntos sobre sus pares en la industria financiera, en 3 puntos sobre el promedio total del SSINDEX, pero 13 puntos bajo las empresas del SSINDEX con mejor desempeño, asociadas al grupo

del 25% superior. A nivel de dimensiones ESG destaca el pilar de Gobernanza, o Gobierno Corporativo, con el mejor resultado transversal (78%), seguido de un 76% de la gestión Social Externa, un 75% en el trabajo Social Interna, y un 56% de la evaluación Ambiental, con una mayor oportunidad de mejora.

CINCO HALLAZGOS DE MEJORA

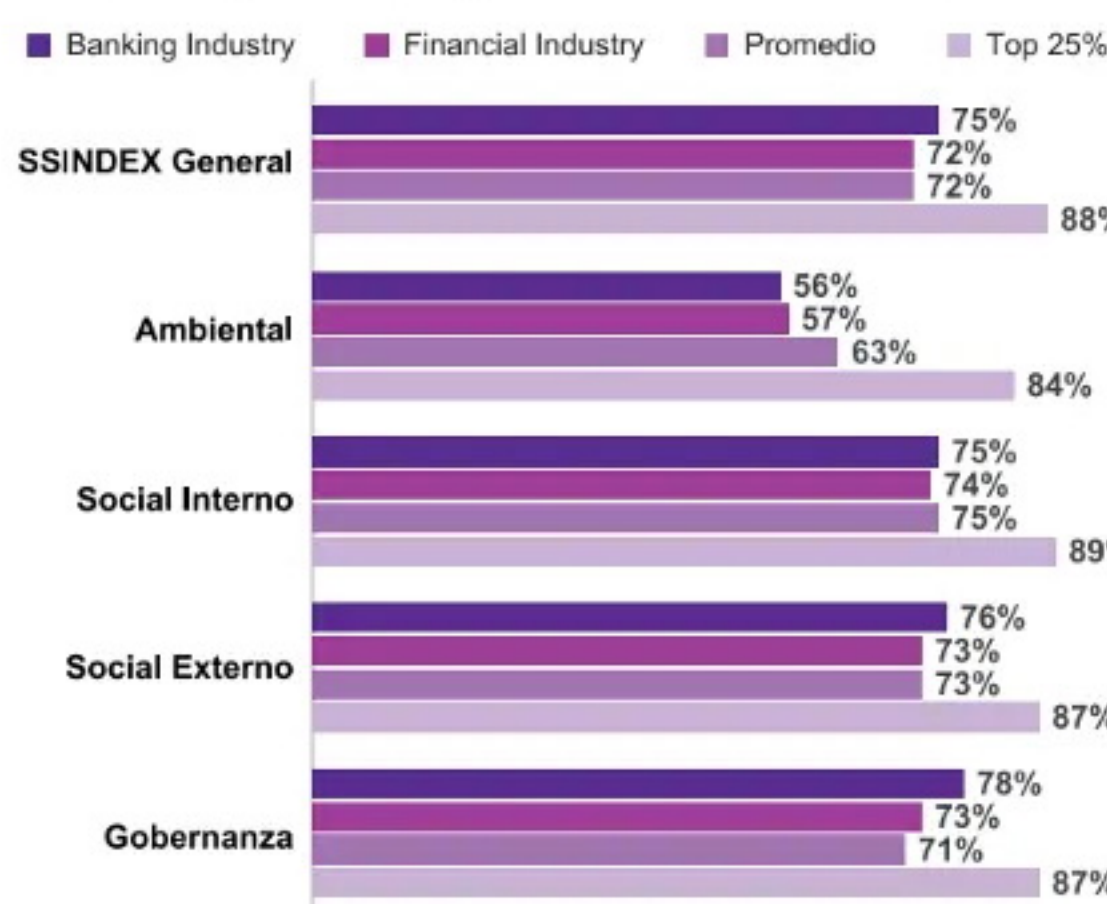
“Si bien el resultado general es muy positivo, existen cinco puntos de mejora. Estos hallazgos no necesariamente son parte de los resultados individuales de cada banco, sino que se trata de resultados promedio que levantamos a nivel industria”, comenta Florencia Larraín.

1. Compromiso de empleados: Si bien los colaboradores se muestran comprometidos con su banco en un 95% promedio, solo el 64% de los clientes y el 88% de los proveedores determina que existe un adecuado compromiso de los empleados con ellos. “Este hallazgo es extremadamente importante, pues ilustra la existencia de una brecha entre la evaluación del compromiso de colaboradores y el compromiso percibido por clientes y proveedores, con lo cual la inversión en colaboradores no estaría redituando en el negocio. Lo valioso es que desde el SSINDEX podemos desagregar los resultados con un alto nivel de detalle para identificar dónde y cómo accionar para mejorar”, comenta Larraín.

2. Comunicación: En temas comunicacionales, se mantiene la ventaja de la comunicación interna hacia los Colaboradores



Banking Industry – SSINDEX Chile 2022



(92%), y en la comunicación externa se marca una clara favorabilidad en los Proveedores (87%), pero las principales oportunidades se ven en los Clientes, donde la favorabilidad alcanza solo el

(93%), se levantan oportunidades en la comunicación externa de este mismo, donde se declara desconocimiento en los Clientes y Proveedores, alcanzando una favorabilidad de 38% y 46%, respectivamente.

4. Cadena de valor: Los Colaboradores destacan una positiva Gestión de Clientes (92%), pero la calificación de los Proveedores es menor (77%). Los comentarios de los proveedores conectan con algunos puntos levantados por los Clientes en la dimensión Reclamos (51%), que explican cómo los Colaboradores pueden mejorar su rendimiento de cara a una cadena de valor más eficiente.

5. Contribución social y ambiental: A pesar de mantenerse una alta favorabilidad en temas Ambientales y de Apoyo a la Comunidad desde los Colaboradores (79% y 78%, respectivamente), esta favorabilidad no se condice con la mirada que tienen Proveedores y Clientes, lo que abre oportunidades en comunicación y alineación de procesos que agreguen valor reputacional y de marca, identificando cómo y dónde.

APORTE DISTINTIVO PARA LOS BANCOS PARTICIPANTES

“El estudio SSINDEX nos entrega información para anticipar riesgos, identificar focos de trabajo en los cuales debemos hacer más énfasis y conocer la visión de nuestros distintos públicos de interés, lo cual es un insight muy relevante para incorporar en nuestra estrategia de negocios y planes de trabajo para abordar

las brechas que son detectadas en este proceso”, comenta Katia Berdichewsky, directora de Asuntos Corporativos Scotiabank Chile.

“El SSINDEX nos da una mirada más integral, con una visión de las variables que inciden en cada stakeholder y también una vista más transversal con percepciones cruzadas entre los grupos de interés, permitiéndonos tomar decisiones con datos, validar y ajustar planes, definir focos, y elaborar planes de corto y largo plazo”, comenta Paulina Guerra, gerenta de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Grupo Security.

“El estudio realizado por SSINDEX nos permitió profundizar aún más en nuestra estrategia, midiendo distintos vectores de la misma. Además, para nosotros es clave contar con información que nos compare con la industria de forma estandarizada y accionable, información que, constantemente, nos encontramos buscando y actualizando”, comenta Pablo Jerez Hanckes, CFO del Banco BICE.

“Desde que participamos en el SSINDEX, a inicios del 2017, los resultados nos han permitido focalizar nuestra gestión sostenible y, con el benchmark de bancos, hemos podido analizar nuestras fortalezas y oportunidades de mejora en relación a la industria. Esto enriquece el diagnóstico y el plan que se desprende de él, nos enfoca en lo realmente más relevante para nuestros grupos de interés”, comenta Natalia Madrid, gerenta División Personas y Organización, Banco Internacional.

Opinión



Discusión y avances en la divulgación de información ESG

POR BERNARDITA PIEDRABUENA K., comisionada de la CMF.



Lograr un modelo de desarrollo sustentable debería ser un objetivo de las empresas. Ellas saben que sus acciones afectan el entorno y que su permanencia dependerá de su capacidad para gestionar dichos efectos. Por otra parte, sus inversionistas están demandándoles una correcta gestión de los riesgos ambientales y sociales.

Hoy diversos organismos internacionales reconocen la importancia de divulgar información ESG. IOSCO enfatizó que los factores ESG pueden tener impactos materiales en el desempeño de los emisores de valores, en las decisiones y resultados de los inversionistas, y en la estabilidad del sistema financiero. Actualmente existen estándares internacionales de aplicación voluntaria. Destacan GRI, IFRS-ISSB, SASB y TCFD. Se suma la revisión de los Principios de Gobierno Corporativo que deberán aprobar en junio los países miembros de la OCDE y en septiembre los líderes del G20. Uno de sus capítulos releva la importancia de que los directorios gestionen los factores ESG y divulguen la información al público.

Durante el último foro del IFRS, se levantaron varias inquietudes con respecto a la implementación del reporte de los factores ESG. En primer lugar, las relacionadas a la transición. Hay que darles a las empresas un tiempo adecuado para reportar los

factores ESG. Segundo, las relacionadas a la proporcionalidad. Por el costo que implica divulgar las materias ESG, hay que adecuar los requerimientos al tamaño de las empresas. Tercero, las relacionadas a la falta de información, siendo urgente mejorar la recopilación de datos. Finalmente, las relacionadas a la comparabilidad, siendo imprescindible contar con un estándar de reporte homogéneo. Cabe señalar que la IFRS tiene programado publicar un nuevo estándar hacia fines de este año.

Chile es pionero mundial al requerir en forma obligatoria a un amplio grupo de empresas reportar de manera pública la información ESG. En noviembre de 2021, la CMF emitió la NCG 461 —o Norma ESG— exigiéndole a los emisores de valores de oferta pública, bancos, compañías de seguros, administradoras generales de fondos, bolsas de valores, bolsas de productos, empresas de depósito y custodia de valores, sociedades administradoras de sistemas de compensación y liquidación de instrumentos financieros, publicar una memoria integrada que informe sobre los factores ESG.

Esta Norma se hizo cargo de las inquietudes antes expuestas. En cuanto a la transición, la implementación será gradual por tres años. Los emisores de valores de oferta pública con

activos consolidados que superen los 20 millones de UF serán los primeros en reportar este 2023.

En relación a la proporcionalidad, la Norma se aplica a empresas grandes y medianas. Para la comparabilidad, en los indicadores de sustentabilidad, se adoptó el estándar SASB, el que luego de la fusión en el IFRS ha generado un creciente interés por parte de los inversionistas y legisladores.

En septiembre del 2022, la CMF publicó la Guía de Implementación y Supervisión de los estándares SASB, cuyo objetivo es expresar la visión de la Comisión y su Consejo sobre temas relevantes para la industria fiscalizada, en atención a su mandato institucional. Constituye una guía sobre las mejores prácticas esperadas por el regulador. Establece tres principios que debe considerar el directorio para divulgar la información de sustentabilidad: Los reportes deben presentar información relevante, específica y completa; ser claros y fáciles de entender; consistentes en el tiempo.

La implementación de la nueva Norma impone desafíos importantes a la CMF pues sabemos que los temas ESG están en continua evolución. Más allá de estos desafíos, los beneficios de avanzar por este camino son significativos para las empresas y sus inversionistas, el país y la sociedad.

Opinión



Poner a la sostenibilidad en el centro del negocio es el único camino para proyectarse en el tiempo

HERMANN VON MÜLENBROCK, presidente de Pacto Global.



En un escenario donde las nuevas formas de consumo nos invitan a usar de manera más eficiente los recursos disponibles, nosotros como empresarios jugamos un rol fundamental. Apostar por introducir sistemas de producción y fabricación con un enfoque consciente no solo es un llamado de atención de las nuevas generaciones, sino una contribución real a la construcción de un mundo y una sociedad más justa. Las últimas crisis han dejado en evidencia que la humanidad durante mucho tiempo dejó una cuenta pendiente que en algún momento tenía que cobrarse. Un saldo que, como representantes del mundo privado, no resolveremos con tener un área de responsabilidad social o realizar acciones filantrópicas que cuiden el medio ambiente.

La sociedad nos exige ver más allá de nuestro propio negocio, ya que estamos insertos en un ecosistema que necesita que seamos protagonistas en el mundo que estamos construyendo. Seguramente han escuchado que hacer las cosas mejor es tarea de todos: de los individuos, las instituciones, del Estado, y por supuesto, de las empresas. Como agentes

promotores de desarrollo podemos aportar mucho en este camino, ya que tenemos las herramientas para ayudar a definir el Chile de las próximas décadas. Hoy más que nunca debemos comprometernos con fuerza a priorizar el progreso, la transición a cero emisiones y la reactivación económica. Cada vez más, las empresas no solo están convencidas de que hay que hacer una contribución positiva, sino que, además, la sostenibilidad supone una mayor rentabilidad y una gran oportunidad en mercados altamente competitivos. Es una fuente de ventajas que sirven para destacar sobre los competidores, promueve la eficiencia en el uso de recursos, y —sin duda— deja en una posición de liderazgo.

Estamos viviendo un acelerado viaje que nos hace transitar desde lo socialmente responsable a lo sostenible (en todas sus dimensiones), en el cual nosotros como empresarios tenemos el desafío adicional de hacer converger nuestro negocio con un modelo que nos invita a conservar y cuidar el medioambiente, mitigar el cambio climático, reducir las brechas de género, apostar a la inclusión social, promover la digitalización y buscar diferentes alternativas para,

en este contexto, seguir siendo rentables. Para que lo anterior ocurra, la sostenibilidad debe atravesar todo el core del negocio. Debe ser parte del ADN de nuestras empresas, comenzando por los directorios que entregan lineamientos, pasando también por gerentes y líderes que la conducen en el día a día, y permeando así hasta el último estamento.

Nuestro mundo —y los negocios— son cada vez más complejos, impredecibles y desafiantes. Sin embargo, los cambios abren oportunidades para aquellos que sepan adaptarse más rápido y mejor a las nuevas reglas del juego. Contrariamente, aquellos que se rehúsan a enfrentar esta realidad están moviendo piezas en un tablero donde los recursos naturales son cada vez más escasos, los consumidores demandan productos y servicios responsables con el planeta, los inversores valoran criterios medioambientales a la hora de arriesgar capitales y los jóvenes buscan lugares con sentido para trabajar.

No es una exageración afirmar que quienes no adopten la sostenibilidad dentro de la estrategia de su negocio tienen —tarde o temprano— los días contados.