Cómo proyectar confianza y credibilidad en la divulgación ESG

La divulgación ESG no tiene por qué generar desconfianza ni controversia. Un marco claro permite construir información creíble con la colaboración de todos los grupos de interés.



1 de mayo de 2026

Por Gaizka Ormazabal

©IESE Business School

La regulación de la divulgación corporativa está polarizada. En especial, cuando la información trata de asuntos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés). Sin embargo, no tiene por qué ser así. Es posible generar informes de sostenibilidad que no estén politizados, sino que inspiren confianza y resulten creíbles.

El proceso de divulgación financiera, que ha evolucionado durante décadas hasta alcanzar su forma actual, podría ser un buen modelo para la divulgación ESG. Aunque solo en parte, ya que la divulgación de sostenibilidad presenta algunas diferencias, como combinar modelos científicos y de ingeniería con juicios subjetivos. Mientras que la divulgación financiera refleja el pasado, la de sostenibilidad mira hacia el futuro e incorpora riesgos externos, como las emisiones de carbono o la pérdida de biodiversidad. Requiere, además, la colaboración de múltiples grupos de interés.

Comprender estas diferencias permite identificar quién puede generar confianza y credibilidad en el sistema y de qué manera.

- **La confianza** guarda relación con el emisor, o con cuánta seguridad transmite a la empresa y al ecosistema que regula cómo se produce y verifica la información sobre sostenibilidad.
- **La credibilidad** hace referencia al mensaje, es decir, a si los datos son fiables, verificables y reflejan con precisión la realidad de la empresa.

Estos dos conceptos sustentan un marco analítico para estructurar la divulgación ESG que he desarrollado en un artículo publicado en *Accounting and Business Research*.

¿Quiénes son los grupos de interés?

En la divulgación ESG, hay cinco grupos de interés que influyen en la confianza y la credibilidad:

- **Reguladores.** Las particularidades de la divulgación de sostenibilidad plantean retos específicos de diseño normativo. Uno de los principales escollos es definir la materialidad. En Estados Unidos, los reguladores suelen entenderla como materialidad simple, fijándose en el impacto financiero del ESG en la empresa. En Europa se impone la doble materialidad, que también incorpora el impacto externo de la empresa. La coordinación internacional exige criterios comunes, dado que muchos factores externos son globales.
- **Consejos de administración.** Deben replicar el papel de supervisión que ejercen

©IESE Business School

en la información financiera en la información sobre sostenibilidad. Para ello, han de adquirir conocimientos, dedicar tiempo suficiente y reforzar los controles sobre datos no financieros. Algunos consejos crean comités específicos y vinculan la retribución directiva a los criterios ESG.

- **Accionistas y acreedores.** Los accionistas pueden influir mediante su voto en cuestiones ESG. Los inversores institucionales tienen especial peso, ya que dialogan con la dirección y pueden decidir vender sus participaciones en función de los factores ESG. Las entidades financieras, por su parte, pueden dejarse guiar por los criterios ESG en sus decisiones de crédito e incluso vincular el precio de los préstamos a los indicadores de ESG.
- **Supervisores.** Los auditores tradicionales no siempre cuentan con las capacidades necesarias para evaluar la información ESG. Los criterios, que son nuevos y están fragmentados, y la necesidad de manejar datos científicos complejos, información de terceros o escenarios futuros, exigen desarrollar nuevas competencias.
- **Otros grupos de interés como empleados, proveedores o clientes.** La incorporación de datos de la cadena de suministro a los indicadores de ESG convierte a los proveedores en participantes activos del proceso de divulgación, algo que no sucede en la divulgación financiera. El activismo interno, la presión mediática y la acción política amplifican el impacto. Además, grupos de interés internacionales −inversores, reguladores, entidades multilaterales y organizaciones transnacionales que se dedican a los asuntos ESG− contribuyen a definir los criterios.

¿Qué determina la influencia de los grupos de interés ESG?

Cuatro dimensiones explican la confianza y la credibilidad:

1. **Proximidad a la generación de información.** ¿Cuán directamente afectan a la generación e integridad de los datos de sostenibilidad cada uno de los grupos de interés arriba mencionados? Los consejos intervienen desde el inicio del proceso; inversores y reguladores lo hacen a cierta distancia; los supervisores revisan en fases posteriores; y otros grupos tienden a actuar de forma reactiva.
2. **Alcance de la influencia.** ¿Hasta dónde llega el efecto de los grupos de interés sobre las tácticas de divulgación de las empresas? Los reguladores e inversores actúan a escala sistémica. Consejos y auditores operan a nivel de empresa. Otros

©IESE Business School

grupos de interés suelen centrarse en cuestiones más acotadas, aunque su impacto puede tener visibilidad pública.

3. **Madurez de los mecanismos.** ¿Cuán desarrollados e institucionalizados están los marcos y las herramientas que cada grupo de interés utiliza para transmitir credibilidad? La divulgación financiera cuenta con décadas de desarrollo institucional. Sin embargo, en la divulgación ESG, el grado de avance es desigual: la UE lidera en regulación; en otros lugares aún es incipiente. Algunos consejos han avanzado en gobernanza, pero la auditoría ESG de los intermediarios sigue en evolución.
4. **Control de los incentivos.** ¿Qué motivación tiene cada grupo de interés para asegurar una divulgación creíble? Los consejos responden a deberes fiduciarios e intereses reputacionales. Los inversores combinan objetivos financieros con preferencias propias. Los reguladores actúan por mandato público y objetivos de políticas. Los supervisores se guían por incentivos comerciales y de reputación. Otros grupos operan por cumplimiento normativo.

Por qué la información ESG exige cooperación

Para que el proceso de divulgación financiera transmita credibilidad, es necesario que conste de una cadena de responsabilidades bien definida: la dirección elabora los datos bajo la supervisión del consejo, los auditores verifican los números y los reguladores se aseguran de que las normas se cumplan.

En cambio, en el proceso de divulgación de sostenibilidad, los límites entre funciones son más difusos y la interdependencia es mayor.

El marco propuesto muestra que ningún grupo de interés, por sí solo, puede garantizar la credibilidad. Esto tiene consecuencias relevantes para la normativa, que debe fomentar la coordinación entre las distintas fases del proceso de divulgación, en lugar de permitir que se actúe de forma aislada.

Aunque este nuevo modelo de divulgación añade complejidad al modelo de divulgación financiera, también asegura que ningún grupo de interés pueda frenar por sí solo el avance hacia una información sobre sostenibilidad más amplia, relevante y fiable.

+INFO: "Trust and credibility in sustainability reporting", de Gaizka Ormazabal, pendiente de publicación en *Accounting and Business Research* (2026).

©IESE Business School

Este artículo forma parte de la revista online IESE Business School Insight núm. 172 (mayo-agosto 2026).

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE:

Cómo la ideología afecta a la divulgación de la ESG corporativa

Gestión de 'stakeholders' con propósito en tiempos inciertos



Gaizka Ormazabal

Profesor de Contabilidad y Control en el IESE. Es experto en compensación ejecutiva, gobierno corporativo y regulaciones financieras y contables, así como en asuntos relacionados con la sostenibilidad en estas áreas.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School