

Responsabilidad social empresarial y *global reporting* *initiative*

María Andrea Trujillo Dávila*

Manuela Trujillo Dávila**

Alexánder Guzmán Vásquez***

Recibido: septiembre de 2006 - Aprobado: octubre de 2006

RESUMEN

Las empresas son conscientes de la necesidad de informar los resultados de su desempeño económico a través de los estados financieros, ya que los mismos son exigidos por los accionistas, los organismos de control gubernamental y los demás grupos de interés. La contabilidad, como sistema de información financiero, permite a través de una serie de actividades presentar estos informes. Sin embargo, los cambios en la concepción de desarrollo económico, el surgimiento de una conciencia ecológica, la inconformidad por las desigualdades sociales, entre otras causas, han llevado a que las empresas se vean en la necesidad de informar el desempeño ambiental y social, además del desempeño económico.

Palabras claves: responsabilidad social empresarial, balance social, GRI.

ABSTRACT

The organizations are aware of the needs to inform the economics yields results through the financial statements, since they are required by stockholders, the governments control's organisms and others stakeholders. Accounting, as a financial information system, allows to present these informs through the main activities. However, the changes of the economic development's conception, the ecological conscience's raising, the social differences dissatisfactions between other causes, had taken the organizations to be in the need to inform the environmental and social yields, besides of economics yields.

Key words: *Corporate Social Responsibility, social balance, Global Reporting Initiative.*

* Magíster en Administración, ingeniera Sanitaria. Directora del Programa de Administración en Logística y Producción. Profesora e investigadora. Facultad de administración. Universidad del Rosario. Correo: maria.trujilloda@urosario.edu.co.

** Contadora pública. Sales Manager. Insurance Express. Correo: mtrujild@une.net.co.

*** Magíster en Administración, Administrador de Empresas. Profesor e investigador. Facultad de Administración. Universidad del Rosario. Correo: alguzman@urosario.edu.co.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas son conscientes de la necesidad de informar los resultados de su desempeño económico a través de los estados financieros, ya que los mismos son exigidos por los accionistas, los organismos de control gubernamental y los demás grupos de interés. La consolidación de estados financieros se ha afianzado a través de la historia de los negocios y la contabilidad. Esta última, como sistema de información financiero, permite a través de una serie de actividades presentar estos informes. Las organizaciones presentan estados financieros de propósito general como el balance general, el estado de resultados, el estado de efectivo, el estado de cambios en la situación financiera y el estado de cambios en el patrimonio. Sin embargo, los cambios en la concepción de desarrollo económico, el surgimiento de una conciencia ecológica, la inconformidad por las desigualdades sociales, la preocupación por el desarrollo sostenible, entre otras causas, han llevado a que las empresas se vean en la necesidad de informar el desempeño ambiental y social, además del desempeño económico. Global Reporting Initiative se constituye en la herramienta de gestión más completa para dar a conocer el desempeño económico social y ambiental de las empresas, desarrollada como iniciativa conjunta por la organización no gubernamental estadounidense CERES (Coalition for Environmen-

tally Responsible Economies), el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) y desconocida por la mayoría de empresas colombianas, por lo que se hace necesario darla a conocer.

2. ANTECEDENTES

Hoy en día no se puede ignorar que los cambios suscitados en el mundo han transformado la concepción del desarrollo. Una empresa que no presente a la sociedad resultados positivos, no sólo a nivel de sus productos y servicios, sino a través de todas sus actuaciones relacionadas con el hombre, la sociedad y el medio ambiente, tendrá una desventaja competitiva cada vez mayor y perderá su razón de ser en la sociedad. Se está produciendo en la humanidad un cambio en la manera de concebir el desarrollo, que radica en una actitud de solidaridad vista como respeto a la naturaleza y compromiso con los seres humanos.

Las empresas en un principio se preocupaban exclusivamente por la generación de riqueza para sus propietarios y descuidaron su responsabilidad con los demás grupos de interés. Sin embargo, la sociedad se ha encargado de exigirle a la empresa el entender y actuar de acuerdo con la responsabilidad social inherente a la actividad que desarrolla. La primera de estas manifestaciones puede aducirse a los cuestionamientos realizados por parte del llamado

“movimiento obrero”, el cual surge en Inglaterra en el marco de la revolución industrial. Debido al desarrollo de las fábricas, los campesinos se trasladaban de zonas agrícolas a industriales buscando ocuparse como obreros, afrontándose a situaciones inaceptables respecto de las condiciones de higiene, de vivienda y laborales. Básicamente, el éxodo de campesinos en gran número llevó a una demanda insatisfecha de vivienda y las condiciones de salubridad se deterioraron con el crecimiento de los habitantes de la ciudad. Las fábricas aprovechaban la presencia de mano de obra en abundancia para disminuir los costos pagando bajas sumas de dinero, incrementando las jornadas laborales que en la mayoría de casos superaban las doce horas diarias y contratando niños por resultar más económicos y, en ocasiones, más productivos que los adultos.

El “movimiento obrero” surge buscando hacer valer los derechos de los trabajadores en las fábricas, y a partir de este momento históricos diferentes mecanismos de lucha son utilizados para velar por el bienestar de los trabajadores, tales como las huelgas. Hoy en día la normatividad entorno al trabajo se ha desarrollado y vela por el bienestar de los trabajadores. Sin embargo, las empresas no se limitan a cumplir la ley sino que encuentran en el desarrollo de su fuerza laboral ventajas competitivas. Por tanto, la preocupación por el trabajador como principal colaborador

de la empresa es evidente, y las inversiones para el desarrollo profesional, la capacitación y el bienestar son infaltables en empresas líderes en los diferentes tipos de industrias.

Con lo anterior se puede entender cómo la empresa empieza a preocuparse por satisfacer a los empleados además de los accionistas. Por otra parte, podría decirse que durante los años comprendidos entre 1800 y 1930, aproximadamente, lo que producían las empresas se vendía. De manera paulatina la producción y la oferta se incrementaban pero siempre eran superadas por la demanda, lo que llevaba a que el cliente tuviera que aceptar lo que la empresa fabricaba. Las fábricas buscaban desarrollar cada vez más economías de escala, produciendo grandes volúmenes, buscando disminuir el costo unitario de los productos. Sin embargo, la equiparación de la oferta y la demanda se alcanzó por diferentes factores, tales como la disminución del poder adquisitivo de los clientes y la producción a grandes volúmenes, lo que llevó a un deterioro de la liquidez de los inventarios. Por tanto, los psicólogos y administradores enfocaron sus esfuerzos en entender el comportamiento de los consumidores, y determinaron la necesidad de desarrollar productos de acuerdo con las necesidades de los clientes. El mercadeo, como un saber de apoyo para la dirección y gerencia empresarial, busca superar las expectativas que el cliente tiene ante el

producto o servicio que demanda, y generar valor para el consumidor. Es así como después de mediados del siglo XX la empresa comprendía la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes, los trabajadores y los accionistas.

El desarrollo de las empresas, la competitividad y la rivalidad, lleva al surgimiento de teorías administrativas y prácticas empresariales que concluyen en la importancia de trabajar por la satisfacción de las necesidades de otro grupo de interés: los proveedores. En 1950, el sector automotriz afrontaba una fuerte rivalidad y las empresas norteamericanas eran sustancialmente más eficientes que las japonesas. Dentro de Toyota se desarrolla el concepto de “justo a tiempo”, teoría administrativa que busca lograr una racionalización de todos los recursos involucrados en la operación de la organización para hacer más productiva la compañía. Dentro de esta teoría se considera que el inventario es la principal causal de despilfarro en la organización, y por tanto se procura establecer una adecuada relación con el proveedor, que permita obtener la materia prima justo cuando se necesita involucrar en el proceso de producción. Aunque el “justo a tiempo” no se limita únicamente a este campo de acción, sino que involucra a toda la organización, lo cierto es que permite por primera vez resaltar la importancia de trabajar de la mano con los

proveedores de la empresa. Recientemente ha cobrado importancia la administración de la cadena de abastecimiento o “Supply Chain Management”. En la misma tendencia busca generar eficiencias y ventajas competitivas a través de la administración de toda la cadena de valor, desde el proveedor del proveedor hasta el cliente del cliente.

La comunicación con los proveedores, la necesidad de establecer relaciones benéficas para ambas partes, compartir conocimientos y desarrollar estrategias conjuntas, son prácticas gerenciales infaltables en las empresas exitosas. Se puede entender cómo la empresa hoy en día trabaja por la satisfacción de las necesidades de los trabajadores, los clientes, los proveedores y los accionistas. En todo caso, estos no son los únicos grupos de interés de la organización. Vale la pena resaltar la importancia del medio ambiente y la sociedad en general, a través del desarrollo sostenible y la filantropía como ventaja competitiva.

“A principios de los años setenta, el mundo mostraba una clara división de las naciones industrializadas, consecuencia de la Guerra Fría, se estaban dando los primeros adelantos tecnológicos y apenas aparecía como nuevo el concepto de calentamiento global. Frente a este escenario, Suecia (1968) convoca a una conferencia internacional sobre el

medio ambiente,¹ en donde los representantes de los países desarrollados y emergentes encontrarían un espacio de discusión para los aspectos medioambientales en los cuales divergían. Desde entonces, el hombre comienza a tomar consciencia gracias a un estudio realizado por el Club de Roma² en 1972, denominado “*Los límites del crecimiento*”, el cual analizó cinco variables: tecnología, población, nutrición, recursos naturales y medio ambiente. Su conclusión más alarmante afirmaba que “de mantenerse las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial, industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y agotamiento de los recursos, el planeta alcanzará los límites de crecimiento en el curso de los próximos cien años. El resultado más probable sería un súbito e incontrolable descenso tanto de la población como de la capacidad industrial”.³ A partir de este momento, la sociedad inicia una búsqueda de alternativas que permitan que el desarrollo económico sea razonable en el largo plazo, lo

que implica que al hablar de responsabilidad social sea imposible ignorar la variable ambiental”.⁴

“A partir de la década de los ochenta, durante la cual ocurre lo que Viola y Leis (1990) llamaron el punto de inflexión hacia una nueva consideración del problema ambiental, se percibe la aparición de un nuevo concepto que ya no sólo encierra lo relativo al problema del medio ambiente, sino que además incluye otros problemas ligados al desarrollo, tales como: lo social, lo político, lo económico y lo ecológico; se trata de la sostenibilidad, concepto que cubre toda la gama de actividades que realiza el hombre en su dinámica de vida (Dovers & Handmer, 1994). La sostenibilidad se conceptualiza como una relación entre los sistemas económicos y los sistemas ecológicos en la cual la vida humana puede continuar indefinidamente (Constanza *et ál.*, 1991)”.⁵

“Bajo el concepto de sostenibilidad se ha tratado de avanzar hacia un cambio radical en el modelo adoptado por el hombre para su desarrollo

¹ Conferencia de Estocolmo sobre el Medio Humano, 1972.

² El Club de Roma es una asociación compuesta en 1968 por 35 personalidades de 30 países, entre los que se cuentan académicos, científicos, investigadores y políticos, con el propósito de compartir la creciente preocupación por las modificaciones del entorno ambiental que están afectando a la sociedad.

³ D.L. Meadows y otros, *Los límites del crecimiento*, 1972.

⁴ Trujillo, María Andrea. “Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial”. *Revista Universidad & Empresa*. Número 10. Facultad de Administración. Universidad del Rosario. 2006.

⁵ Cruces, José Miguel. “Etapas del discurso ambiental en el tema del desarrollo”. *Espacios*. Volumen 18, 1997.

económico, buscando lo que hoy es una necesidad para la supervivencia: un mejor equilibrio entre la sociedad y el medio ambiente. Conscientes de ello, surge la necesidad de plantear estrategias a largo plazo y acciones integradas que permitan atender los problemas ambientales integrando los objetivos de desarrollo al medio ambiente”.⁶

El desarrollo sostenible resalta la importancia de llevar a cabo el desarrollo económico respetando el medio ambiente. Por otra parte, “académicos como Michael Porter resaltan que los objetivos económicos y sociales en la mayoría de empresas son considerados rivales y se plantean los unos en contra posición a los otros. La verdad es que estos objetivos se complementan cuando son planteados de manera acertada. La empresa debe considerar los recursos que destina a beneficiar la comunidad en la cual se desenvuelve, un posible retorno por la estrecha relación existente entre el entorno y la competitividad empresarial”.⁷ “El contexto competitivo siempre ha sido importante para la estrategia. La disponibilidad de empleados calificados y motivados; la eficiencia de la infraestructura local, incluyendo caminos y telecomunicaciones; el tamaño y sofisticación del mercado local y el nivel de normati-

vas gubernamentales, son todas variables contextuales que siempre han influido en la habilidad de las empresas para competir”.⁸ Lo anterior expone la necesidad de propiciar el desarrollo social como ventaja competitiva empresarial.

Hoy en día las empresas trabajan buscando el beneficio de los accionistas, los trabajadores, los clientes, los proveedores y la sociedad, preservando el medio ambiente en el desarrollo del quehacer empresarial. Lo anterior ha dado paso a lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ha modificado el concepto de gobierno corporativo y ha llevado a organismos internacionales públicos y privados a la búsqueda de consensos respecto de qué deben hacer las empresas para satisfacer las demandas de los diferentes grupos de interés y cómo deben comunicarlo.

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Este artículo no pretende realizar una discusión respecto al concepto de Responsabilidad Social Empresarial,

⁶ *Ibíd.*, 4.

⁷ *Ibíd.*, 4.

⁸ Porter, Michael. “La ventaja competitiva de la filantropía corporativa”. *Harvard Business Review*. Diciembre 2002, pp. 49-62.

pero se hace necesario abordarlo ya que está enteramente ligado con el GRI (Global Reporting Initiative). La responsabilidad social empresarial es concebida por el World Business Council for Sustainable Development⁹ (WBCSD) como “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”. Otra visión de Responsabilidad Social Empresarial es proporcionada por Business for Social Responsibility¹⁰ (BSR), que la define como “la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.

La responsabilidad social empresarial involucra varias áreas de gestión del ente económico. De acuerdo con la

CEPAL, la empresa que aspire a ser socialmente responsable, en el diseño de la estrategia de responsabilidad social deberá tener en cuenta las siguientes dimensiones:¹¹ ética, valores y principios de los negocios; derechos humanos, trabajo y empleo; gobernabilidad corporativa; impacto sobre el medio ambiente; relación con proveedores; filantropía en inversión social; y transparencia y rendición de cuentas. En los antecedentes mencionados en este artículo se abordó lo relacionado con los trabajadores, los proveedores, la filantropía y el medio ambiente. Brevemente se abordará a continuación lo relacionado con la ética, los valores y los principios de los negocios; la gobernabilidad corporativa y la transparencia y rendición de cuentas.

La palabra ética viene del griego *ethos* (origen, causa, característica, ideología). La ética se entiende como la capacidad de definir los ideales de vida (aquello que conduce a la felicidad) por parte de una sociedad. La ética es la capacidad de la sociedad de definir sus principios. En otras palabras, “la ética es la ciencia conceptual que se relaciona con la reflexión sobre el ser y el deber ser

⁹ Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense (2000). El WBCSD es una coalición con sede en Suiza de 180 compañías internacionales comprometidas en pro del desarrollo sostenible mediante el crecimiento económico, el equilibrio ecológico y el progreso social.

¹⁰ Business for Social Responsibility es una organización global con sede en Estados Unidos que ayuda a las empresas miembros a alcanzar éxito en lo relacionado con los valores éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. BSR proporciona información, herramientas, entrenamiento y servicios de asesoría para hacer de la responsabilidad social empresarial un componente integral de la estrategia de la empresa.

¹¹ *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Serie Medio ambiente y desarrollo. No. 85. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). María Emilia Correa. 2004.

del hombre”.¹² La ética para el ser humano se traduce en la capacidad de definir los ideales de vida, y la ética corporativa o empresarial está relacionada con los mismos. Por ello, las organizaciones deben definir sus valores éticos e incorporarlos en el quehacer empresarial.

El gobierno corporativo se ha reformado y ha incorporado dentro de sus objetivos la satisfacción de los diferentes grupos de interés. Es bueno recordar que este concepto se fortalece paulatinamente luego de la caída de la Bolsa de Nueva York, y en un principio buscaba el ejercicio de buenas prácticas de gobierno por parte de los administradores en función de los intereses de los accionistas, garantizando una gestión adecuada de los recursos económicos aportados por estos últimos. Pero los cambios en la concepción del desarrollo económico han determinado transformaciones importantes en lo que se concibe como buenas prácticas de gobierno corporativo, buscando transparencia, justicia, y rendición de cuentas ante los diferentes grupos de interés.

Respecto a la transparencia y la rendición de cuentas, las empresas socialmente responsables se han visto obligadas a generar informes que proporcionen información a los dife-

rentes grupos de interés respecto de las actuaciones de la organización en los diferentes frentes contemplados por la responsabilidad social empresarial. Esta exigencia, que emerge como una disciplina creada por la sociedad, ha sido generada por diferentes causas.

La expansión de los mercados globales, la creación de nueva riqueza y la generación de nuevas oportunidades de negocios ha sido la constante en las últimas décadas. Sin embargo, la historia demuestra que esta generación de riqueza no ha equiparado las oportunidades ni ha disminuido las desigualdades sociales; todo lo contrario, las ha profundizado. Las empresas, como actores fundamentales del desarrollo económico, se han visto presionadas a trabajar en la mitigación de las desigualdades sociales buscando un desarrollo económico que no sea excluyente y que propenda por una mejor calidad de vida para los miembros de la sociedad en conjunto.

Esta misma expansión de los mercados globales ha traído consigo la necesidad de generar acuerdos transnacionales respecto al actuar de las empresas en el desarrollo de su objeto social. Las normas de certificación de calidad, los requisitos exigidos por países desarrollados para los productos importados, los acuerdos para la protección del medio ambiente, entre otros, demuestran que las economías emer-

¹² Locano Botero, Fernando. Material de lectura “Seminario de ética profesional”. Facultad de Administración. Universidad del Rosario. 2002.

gentes como la colombiana afrontan retos importantes para equiparar la forma de actuar con las expectativas de los socios comerciales alrededor del mundo.

Otra causa por la cual las empresas afrontan la necesidad de actuar con transparencia y rendir cuentas está representada por la disciplina del mercado en cuanto a la calidad de los productos y el desarrollo económico sostenible. Las últimas décadas se han caracterizado por la creciente preocupación de la sociedad respecto al impacto del quehacer empresarial sobre el medio ambiente. Los consumidores han decidido premiar aquellas empresas que son conscientes de la necesidad de velar por un medio ambiente sano para las futuras generaciones. Se han desarrollado conceptos como el marketing social y ambiental, por medio de los cuales las empresas comunican a sus clientes los esfuerzos realizados por el desarrollo de las comunidades menos favorecidas y el respeto y cuidado del medio ambiente.

La concienciación a nivel global respecto de la importancia de velar y garantizar el desarrollo económico sostenible ha propiciado la creación de indicadores de gestión que logren ser generalmente aceptados, para medir el compromiso empresarial con la sociedad y el medio ambiente. Los gobiernos de países desarrollados cada vez se preocupan más por incentivar a las empresas a la gene-

ración de informes que incluyan desempeño social y ambiental, además del desempeño económico. Estas iniciativas que hoy en día no son comunes en las economías emergentes, deberán ser adoptadas paulatinamente por los gobiernos de estos países buscando equiparar el actuar de empresas nacionales con el de empresas internacionales.

4. GRI GLOBAL REPORTING INITIATIVE COMO HERRAMIENTA DE SOSTENIBILIDAD

La responsabilidad social empresarial apunta al logro de los objetivos estratégicos de la empresa y por ende a la perdurabilidad empresarial, ya que el actuar de la organización debe direccionarse a la mejora del entorno en el cual se desarrolla, poniendo en conocimiento su compromiso con todos y cada uno de los actores involucrados en su accionar. Ser responsables socialmente hace parte del deber ser de las empresas en el mundo, lo cual ha permitido que el concepto de empresa trascienda y ésta sea considerada no sólo como instrumento enteramente económico, sino como un instrumento de bienestar social que promueve la satisfacción del conjunto de necesidades de los diferentes miembros de la sociedad. Por ello, en la actualidad se evidencia la necesidad por parte de las empresas de informar no solamente el desempeño financiero que

obtienen, sino también el impacto medioambiental y social generado en su operación.

Es así que las empresas tienen la tarea de definir cómo reportar los resultados económicos, ambientales y sociales obtenidos, no sólo por interés interno, sino por la existencia de diferentes actores que observan con detalle el impacto de las actividades de la empresa en la sociedad. Como respuesta a lo anterior, se han diseñado en el mundo distintos modelos para la preparación y presentación del balance social, concepto desarrollado en la década de los setenta y que se presenta como un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa.

En la actualidad, el modelo más difundido y que hoy recoge los principales aspectos a considerar por las empresas para la presentación de su actuar, desde el punto de vista económico, medioambiental y social, es el creado por el Global Reporting Initiative, de ahora en adelante GRI, “entidad constituida en 1997 como una iniciativa conjunta de las organizaciones no gubernamentales estadounidenses CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el objetivo de fomentar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad, hasta

equipararlas con los informes financieros en cuanto a comparabilidad, rigor, credibilidad, periodicidad y verificabilidad. Actualmente el GRI es una institución independiente, con sede en Ámsterdam, que cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, investigación, medioambientales, corporaciones, inversionistas y organizaciones contables de todo el mundo; entre las empresas se mencionan BASF, General Motors o Shell; instituciones académicas, como la universidad de Harvard, y organizaciones sociales, como Amnistía Internacional. Dos organizaciones españolas, Telefónica y Fundación Ecología y Desarrollo están presentes en el consejo de esta organización”.¹³

“El modelo Global Reporting Initiative ofrece varias ventajas: permite la comparabilidad y facilita el escrutinio de los agentes externos, incluidos los mercados, al estandarizar la información social y medioambiental emitida por las empresas; a éstas les facilita el trabajo, proporcionando un modelo de reporte que lleva camino de convertirse en el estándar universalmente aceptado”.¹⁴

¹³ Global Reporting Initiative. *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Octubre de 2002.

¹⁴ Pueyo, Ramón. Fundación Ecología y Desarrollo. ECODES.

GRI ha trabajado en los últimos tiempos en la elaboración de un estándar, abierto y globalmente aceptado, para la elaboración por parte de las empresas de memorias de responsabilidad social corporativa; en éstas, las compañías responden a las exigencias externas y dan cuenta de sus resultados en los ámbitos social y medioambiental. Algo por lo que ha propondido esta herramienta es contribuir permanentemente en la comunicación entre las partes involucradas.

Las guías propuestas por el GRI para la presentación de las memorias de sostenibilidad pueden ser utilizadas por cualquier empresa en el mundo, cualquiera que sean las características de la misma y el sector o industria a la que pertenezca. El uso de ellas no sustituye la elaboración de otros informes que sean exigidos por la ley de algún país determinado o cualquiera que determine el marco regulatorio del mismo. La guía GRI constituye un soporte que le permite a las empresas, en términos de sostenibilidad, hablar un mismo idioma y constituirse en un marco de referencia y comparación para las empresas dentro de un sector. Dentro de los lineamientos que incluye el GRI está el de comunicar, por parte de las empresas, todos los procesos y actividades tendientes al mejoramiento económico, social y ambiental, los resultados de los mismos y las estrategias que ha definido la empresa en el largo plazo.

La guía para la elaboración de las memorias de sostenibilidad, definida por el GRI, recoge en términos generales dos tipos de indicadores de desempeño catalogados como centrales y adicionales; los primeros se refieren a indicadores que son comunes y relevantes para la mayoría de empresas que informan y de interés para la mayoría de las partes interesadas, y los segundos porque representan un elemento diferenciador y tendencial entre las empresas que informan y que en el mediano plazo pueden considerarse centrales.

4.1. Principios para la elaboración de memorias de sostenibilidad

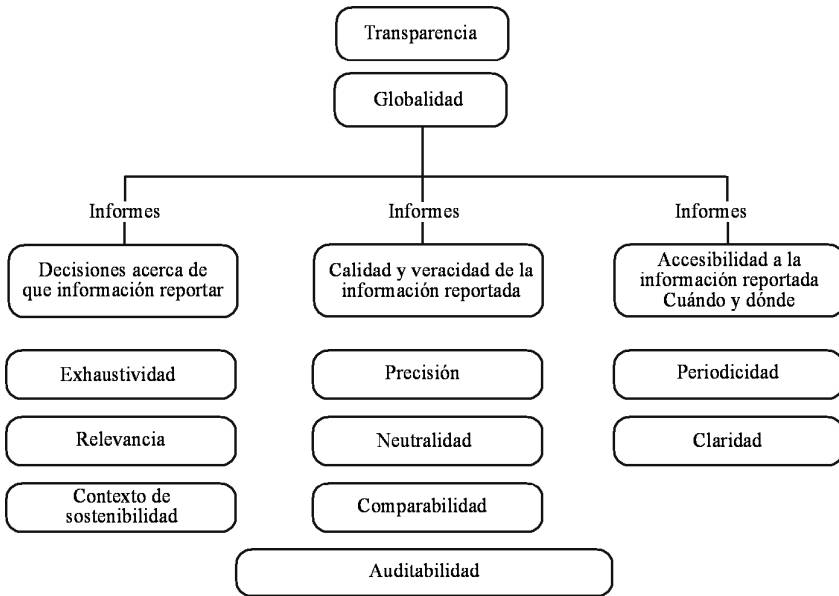
El GRI ha establecido unos principios para la elaboración de las memorias de sostenibilidad, los cuales guardan coherencia con los principios que subyacen bajo la presentación de informes financieros, pero a la vez señalan diferencias al ser concebidos con visión de futuro. Los principios comprenden los objetivos que las empresas deberían esforzarse por alcanzar paulatinamente, con el propósito de hacerse perdurables en el tiempo.

Los principios se dividen en cuatro grupos, a saber:

- Aquellos que soportan la estructura de las memorias: transparencia, globalidad y auditabilidad.

- Aquellos que direccionan la decisión respecto de la información que se incluirá en las memorias: exhaustividad, relevancia, contexto de sostenibilidad.
- Aquellos que pretenden garantizar calidad y veracidad: precisión, neutralidad, comparabilidad.
- Y aquellos que direccionan las decisiones sobre el acceso a las memorias: claridad y periodicidad.

FIGURA 1. Principios para la elaboración de memorias de sostenibilidad



Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa. Global Reporting Initiative, octubre 2002.

- **Transparencia:** como principio global constituye el hilo conductor de las memorias en el sentido que el GRI sólo proporciona una guía, pero es responsabilidad de cada organización informar de forma veraz toda la información referente a procesos y procedimientos para que los interesados en ellos comprendan e interpreten de manera adecuada lo allí incluido. Por medio de este principio la empresa ratifica la responsabilidad empresarial.
- **Globalidad:** bajo este principio se establece una clara necesidad de que la elaboración de las memorias se constituya en un ejercicio biunívoco, en el sentido que las partes interesadas previamente-

te expresen sus opiniones, con el fin de que sean incorporadas en el desarrollo de las memorias; por ejemplo, la selección de indicadores, definición de los límites, formato y enfoques adoptados para consolidar la credibilidad de la información presentada, son tareas que se realizan previamente entre la empresa y los grupos de interés que harán uso de la información. El principio de globalidad resulta parte esencial de todo el proceso, ya que por medio de éste se garantiza que al final del día las memorias sean un reflejo de las necesidades de los distintos usuarios de la información.

- **Auditabilidad:** este principio hace referencia a que toda la información presentada esté sujeta a verificación y validación por parte de los auditores internos o personas externas competentes para ello. Por esto, las empresas deben considerar que toda la información plasmada en las memorias será auditada en el futuro, garantizando con ello exactitud, consistencia y veracidad en el proceso.
- **Exhaustividad:** la información que se plasme en las memorias respecto al desempeño económico, ambiental y social, debe aparecer de manera coherente con el marco temporal, el alcance y los límites definidos previamente por la empresa.
- **Relevancia:** la idea es garantizar que las memorias tengan un

alto grado de pertinencia para los usuarios de la información. Al asignar relevancia a datos o indicadores concretos se garantiza que estos adquieran trascendencia como para ser presentados.

- **Contexto de sostenibilidad:** este modelo planteado por el GRI para que las empresas reporten su desempeño económico, social y ambiental, supone una tarea previa para toda organización, la cual consiste en definir su posición dentro de un contexto con restricciones en materia ecológica, social y cultural. El propósito de las memorias adquiere sentido bajo este principio ya que en él se plasma cómo la actuación de la empresa impacta el capital económico, ambiental y social a escala puntual, nacional o mundial.
- **Precisión:** la información presentada, tanto cualitativa como cuantitativa, debe contar con la mayor exactitud posible, tratando de disminuir el margen de error, con el propósito que los usuarios de la información tengan un soporte para sus decisiones.
- **Neutralidad:** a través de este principio se pretende disminuir al máximo el sesgo en la información presentada, de manera que al final los informes muestren imparcialidad y objetividad en cuanto al desempeño económico, ambiental y social de la empresa.
- **Comparabilidad:** el proceso de información no es estático, el dinamismo se presenta cuando la

empresa guarda coherencia en lo referente a los límites y alcance definidos en las memorias, es decir, la empresa debe dar a conocer los cambios que se presenten y volver a presentar la información. Esto permite que la empresa pueda tener puntos de referencia sobre su desempeño en periodos tanto anteriores como futuros.

- **Claridad:** las memorias deben contener un grado de especificación, comprensión y practicismo tal que sea asequible a todos los usuarios de la información.
- **Periodicidad:** las memorias deberán contar con una periodicidad coherente a las necesidades de los usuarios y al origen de los datos. Bajo este principio se pretende garantizar que los usuarios cuenten con la información ambiental, económica y social de una manera oportuna, de tal manera que el interés y la utilidad de la información se maximicen en el tiempo.

4.2 Estructuración de las memorias de sostenibilidad

Además de los principios, el GRI define la estructura que deben tener las memorias de sostenibilidad, buscando ser pertinentes para los grupos de interés relacionados con la empresa. “La guía para la elaboración de las memorias de sostenibilidad se compone de cinco partes:

1. **Visión y estrategia:** descripción de la estrategia de la empresa respecto a la sostenibilidad en la que se incluye una declaración del presidente de la organización. Se presenta una posición visionaria de la empresa respecto de la gestión de los retos relacionados con el desempeño económico, social y ambiental.
2. **Perfil:** visión general de la estructura y las operaciones de la organización informante y del alcance de la memoria.
3. **Estructura de gobierno y sistemas de gestión:** análisis de la estructura y la política de la organización, así como de sus sistemas de gestión y sus esfuerzos por comprometerse con las partes interesadas.
4. **Índice:** tabla elaborada por la organización en la que se señala en qué lugar de la memoria se puede encontrar la información.
5. **Indicadores de desempeño:** medidas de los impactos o efectos causados por la organización, se clasifican en indicadores integrados, económicos, ambientales y sociales”.¹⁵

¹⁵ Global Reporting Initiative. *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Octubre de 2002.

	Categoría	Aspecto
Económicos	Impactos económicos directos	Clientes Proveedores Empleados Proveedores de capital Sector público
Ambientales	Ambiental	Materias primas Energía Agua Biodiversidad Emisiones, vertimientos y residuos Proveedores Productos y servicios Cumplimiento Transporte General
Sociales	Prácticas laborales y trabajo docente	Empleo Relación empresa/trabajador Salud y seguridad Formación y educación Diversidad y oportunidad
	Derechos humanos	Estrategia y gestión No discriminación Libertad de asociación y negociación colectiva Trabajo infantil Trabajo forzoso y obligatorio Medidas disciplinarias Medidas de seguridad Derechos de los indígenas
	Sociedad	Comunidad Corrupción Contribuciones públicas Competencias y precios
	Responsabilidad del producto	Salud y seguridad del cliente Productos y servicios Publicidad Respeto a la intimidad

Fuente: Global Reporting Initiative. Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Octubre de 2002.

Como puede observarse, la guía propone una serie de indicadores en el entorno económico, social y ambiental, en el cual interactúa la empresa, de manera que pueda establecerse un escenario de comparación entre las mismas. La elaboración de las memorias propende por la creación de un sistema de información alineado bajo principios claros, estructura definida y un mínimo de contenidos que reflejen claridad, pertinencia y veracidad de la información.

5. NORMA ISO 26000: GUÍA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Hasta el momento los expertos coinciden en afirmar que el GRI presenta la guía más completa para el desarrollo de memorias de sostenibilidad. Sin embargo, desde el año 2000 se empezó a gestar por parte de la Organización Internacional para la Estandarización¹⁶ (ISO) una guía para la Responsabilidad Social Empresarial. La *International Standards Organization* confió a sus miembros¹⁷ en Brasil y Suiza el

liderazgo de esta iniciativa en el año 2004. Desde octubre de ese año se presentó a los diferentes miembros de ISO la nueva propuesta, *New Work Item Proposal ISO 26000*, la cual, el 7 de enero del 2005 y luego de tres meses de votaciones, es aprobada por la mayoría de los miembros con derecho a voto.

Se estableció desde entonces un grupo de trabajo conformado por expertos designados por los diferentes miembros de la *International Standards Organization* alrededor del mundo. Cada miembro tiene la facultad de nombrar hasta seis expertos que representen fielmente los diferentes grupos de interés relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial. Estos grupos de interés fueron definidos por la ISO como industria, gobierno, consumidores, trabajadores, organizaciones no gubernamentales y otros, tales como centros de investigación y universidades. Organizaciones internacionales o de iniciativa regional ampliamente reconocidas pueden participar en este grupo de trabajo si así lo desean.

¹⁶ Organización internacional no gubernamental, compuesta por representantes de los organismos de normalización nacionales, que produce normas internacionales industriales y comerciales conocidas como normas ISO. Esta organización es un órgano consultivo de la Organización de las Naciones Unidas.

¹⁷ ISO cuenta con tres tipos de miembros. Los primeros, denominados miembros natos, los

cuales no pueden ser más de uno por país; otros denominados miembros correspondientes, de los organismos de economías emergentes y que no poseen un comité nacional de normalización, y los miembros suscritos, pertenecientes a países con economías incipientes o relativamente pequeñas, a los que se les exige menores aportes.

El propósito de este grupo de trabajo es el desarrollar un borrador de la norma ISO 26000, la cual será sometida a votación por parte de los diferentes miembros de ISO antes de su aprobación. Inicialmente se esperaba que luego de tres años de trabajo pudiese ser promulgada la norma; es decir, para comienzos del año 2008; sin embargo, los trabajos realizados hasta el momento permiten inferir que la norma tomará más de tres años en desarrollarse. El documento será una norma internacional que provea orientación, de carácter voluntario, y por lo tanto no será certificable. Esta norma es reconocida como la tercera generación de las normas ISO, después de la promulgación de la ISO 9000 y la ISO 14000, dedicadas a temas de calidad y medio ambiente respectivamente.

Esta iniciativa de norma cuenta con gran aceptación en los diferentes países de economías emergentes por la amplia posibilidad de participar que se le ha dado a los mismos. Además, el desarrollo de esta guía permitirá obtener un mayor consenso respecto a las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial en los tres frentes: el económico, el ambiental y el social. Hasta el momento se han realizado tres plenarios, la primera en Salvador, Brasil; la segunda en Bangkok, Tailandia; y la tercera en Lisboa, Portugal, las cuales han contado con gran participación por parte de los diferentes

miembros del grupo de trabajo. De acuerdo al boletín de prensa presentado por ISO en octubre de 2005, en la segunda plenaria “participaron cerca de 350 personas, provenientes de 54 países miembros de ISO y 24 organizaciones de vinculación (45 de estos países eran participantes y 9 de ellos eran observadores). Comparando con la primera reunión en marzo de 2005 en Brasil, hubo un aumento significativo en el número de participantes de países en desarrollo”¹⁸. Lo anterior permite prever que esta norma se convertirá en el documento más importante de las guías desarrolladas respecto a la RSE y el seguimiento de su desarrollo y temprana implementación permitirán a las empresas responder a las expectativas crecientes de los diferentes grupos de interés respecto a la rendición de cuentas.

6. CONCLUSIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado gracias a las exigencias que la sociedad ha hecho a las empresas respecto al impacto de sus actividades en el medio ambiente y la sociedad. La globalización de la economía, los negocios y las empresas transna-

¹⁸ Boletín de Responsabilidad Social. International Standards Organization. Edición No. 3. Octubre 2005.

cionales, la necesidad de desarrollar ventajas competitivas, la administración de toda la cadena de valor, la conciencia ecológica y la preocupación por las desigualdades sociales, son tan sólo algunas de las causas que han incrementado la presión ejercida por los diferentes grupos de interés para recibir información clara respecto al desempeño de las empresas. Se espera que las mismas se comporten como instrumentos de bienestar social a través de políticas claras, concretas, cuantificables y comparables. Los requerimientos de información de los grupos de interés cada vez son más exigentes y conllevan a la necesidad de estandarizar la forma en la cual las empresas presentan informes respecto a su desempeño económico, social y ambiental. Actualmente, el instrumento más desarrollado para la presentación de memorias de sostenibilidad es el proporcionado por el GRI; sin embargo, ya se encuentra en desarrollo la norma ISO 26000 que promete ser el documento más conocido y aceptado en economías desarrolladas y emergentes para la rendición de cuentas en los diferentes frentes que abarca la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

7. BIBLIOGRAFÍA

CEPAL (2004) *Responsabilidad social corporativa en América latina: una visión empresarial*. Serie medio ambiente y desarrollo. No. 85. División de Desarrollo

Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). María Emilia Correa. 2004.

Cruces, José Miguel (1997) *Etapas del discurso ambiental en el tema del desarrollo*. Espacios. Volumen 18, 1997.

Deres (2004) *Manual para la preparación e implementación del balance social en el Uruguay*. DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social). Uruguay, 2004.

GRI (2002) *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa*. Global Reporting Initiative, octubre 2002.

ISO (2005) *Boletín de Responsabilidad Social*. International Standards Organization. Edición No. 3, octubre 2005.

ISO (2006) *Social Responsibility Newsletter*. International Standards Organization. Issue No. 4, abril 2006.

Pesce, Dante (2006) *Situación de la responsabilidad social y la norma ISO 26000*. Presentación. Vincular. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. 5 de abril 2006.

Porter, Michael (2002) *La ventaja competitiva de la filantropía corporativa*. Harvard Business Review, diciembre 2002, pp. 49-62.

Revista Dinero (2006) *Especial de responsabilidad social empre-*

- sarial*. Revista Dinero. No. 262, septiembre 15 de 2006.
- Torres, Danilo (2005) “La tercera generación de estándares internacionales”. Sociedad Nacional de Minería de Chile. *Boletín minero* No. 191. Chile, mayo 2005.
- Trujillo, María Andrea; Vélez, Rodrigo (2006). *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial*. Revista Universidad & Empresa. Número 10. Facultad de Administración. Universidad del Rosario, 2006. &