

LAS BASES ÉTICAS DE LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Autora: **Mónica Gassent Albert**

Organización: **Fundación ÉTNOR (para la ética de los negocios y de las organizaciones)** - Castellón

Correo electrónico: monica.gassent@uji.es

País: ESPAÑA

Palabras clave: ética empresarial, legitimación social, informes de sostenibilidad, Global Reporting Initiative

0. Introducción

Con el nacimiento de la ética empresarial se abrió paso a la definición de instrumentos como son los códigos éticos, los movimientos de inversión ética, seminarios para directivos y cargos intermedios, programas de aprendizaje, auditorias o informes de sostenibilidad, que propulsaron el significado de una ética aplicada dirigida a orientar a los agentes económicos en materia de ética y valores para que pudiesen resolver conflictos éticos. La integración de la ética en la gestión empresarial, como instrumento de conocimiento e innovación para la gestión y estrategia empresarial, puede ser rentable, siempre y cuando, se integre en el proyecto empresarial. Es decir allá donde la organización expresa el propósito de la firma, sus desafíos, al mismo tiempo que subraya el sistema de valores que rige su actuación.

Bajo esta perspectiva, la ética de las organizaciones es un pilar fundamental para resolver moralmente los conflictos de acción, o dicho de otro modo, es una dimensión propia de la empresa que responde a las necesidades funcionales del propio sistema económico y empresarial.

Por tanto, entendemos que una empresa no sólo legitima su actividad aportando beneficio económico sino que la legitimación social esta estrechamente asociada con la integración del beneficio social y ecológico en su gestión.

Durante las últimas décadas las empresas se ven cada vez más presionadas a ser más transparentes en la información que ofrecen a sus grupos de interés, a cerca de sus prácticas y formas de gestión, así como responder a las expectativas que la sociedad deposita en ellas.

El trabajo que se presenta está enmarcado en éstas directrices teóricas y exhibe un instrumento de gestión ético que pretende mostrar de que modo la organización atiende a las exigencias y expectativas de los grupos de interés (internos y externos) e informar sobre la sostenibilidad de una forma clara, fiable y creíble. Serán pues los informes de responsabilidad social de las empresas, o también llamados informes de sostenibilidad, el objeto de estudio a través de los cuales se detallan las prácticas corporativas y los resultados obtenidos en el periodo informativo, atendiendo a los compromisos, estrategias y enfoques directivos adoptados por la organización. Por otro lado, se aborda el Global Reporting Initiative (GRI) como modelo de estándar reconocido internacionalmente para la elaboración y difusión de memorias por parte de cualquier tipo de organización y los principios éticos que residen en dichos documentos. Mediante la exposición de la metodología del GRI, tendremos a nuestra disposición un estudio

comparativo y valoración del desempeño sostenible de las empresas en materia de sostenibilidad con respecto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias, así como la demostración de cómo una organización influye en las expectativas creadas en el desarrollo sostenible y la comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a lo largo del tiempo.

1. La ética empresarial como marco de la RSE

Desde la corriente filosófica de la ética empresarial, se sustenta un concepto plural de empresa “para el cual la realidad empresarial constituye una pluralidad de grupos de interés cuya interacción define su existencia”¹ Son sus stakeholders o grupos de interés (la sociedad, sus competidores, el entorno en el que desempeña su actividad, sus accionistas, propietarios, trabajadores, directivos, clientes, y proveedores) quienes mediante el diálogo y el acuerdo, ambos como mecanismos básicos de coordinación de la acción, legitiman el quehacer empresarial. Esta visión no deja de remarcar el activo que significa el integrar cuestiones éticas en la gestión cotidiana de la empresa como factor clave en la competitividad de las empresas cerámicas y la importancia de no sólo atender al beneficio económico, sino complementarlo con el beneficio ecológico y social. Esta es la importancia actual que se le acuña a la Responsabilidad Social de las empresas (RSE).

Con la orientación para la economía comunitaria que la Unión Europea determinaba en el año 2000 con la estrategia europea de Lisboa de “Convertir la Unión Europea en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera más sostenible, con más y mejores empleos y mayor cohesión social” se justificó el impulso en RSE como elemento indispensable para el desarrollo sostenible con la publicación del Libro Verde, presentado por la Comisión Europea en 2001, “Fomentar un marco europeo para la RSE”. El documento reactiva inquietudes de ciudadanos, consumidores, poderes públicos y del tercer sector, que favorezcan la evolución desde la antigua idea de empresa anónima, disciplinaria, tecnocrática y mecanicista, a una empresa portadora de valor.

Tanto el Libro Verde, como las consiguientes comunicaciones de la Comisión Europea respecto a la RSE², amparan el sentido de que “*ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores [...] Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad*”³. Es indiscutible que la responsabilidad primordial de cualquier empresas es el generar beneficios económicos, por que sin una integración de los elementos sociales y medioambientales a este quehacer como estrategia rentable en el largo plazo, la empresa puede minimizar los riesgos que puedan derivarse de la incertidumbre del contexto de mundialización en el organiza su actividad y añadiendo un valor diferencial en la competitividad.

¹ García-Marzá, D. *Ética empresarial, del diálogo a la confianza*, Madrid, Trotta, 2004.

² La documentación europea en materia de RSE que continuaron al Libro Verde fue: La Comunicación de la Comisión relativa a la Responsabilidad Social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (COM (2002) 347 final), The European Multi-Stakeholder Forum on CSR, Comunicación de la Comisión “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE (COM (2006) 136 final).

³ Libro Verde RSE párrafo 21

La actual administración ha tomado conciencia del tema y ha plasmado su inquietud con la creación de tres importantes organismos: la Subcomisión parlamentaria para la RSE, iniciadora del debate actual en el país y autora del Libro Blanco de la RSE, el Foro de Expertos y la Mesa de Diálogo Social, quienes todavía siguen trabajando.

Pero todos los esfuerzos pueden desvanecerse desde el momento en que la RSE se convierte en un ejercicio de publicidad sino se delimita (detallar, medir y evaluar) el concepto de responsabilidad y actuar conforme a él. Es necesario advertir y saber diferenciar la acción estrategia de convertir el tema, en una simple estrategia de marketing que lave la imagen corporativa, de la acción comunicativa que representa una práctica ética en la gestión empresarial como resultado del auténtico carácter de la empresa que posibilita convertir la RSE en un activo empresarial. Esta es tarea la de la ética empresarial “la contribución a la comprensión e implementación de la RSE, pues la ética se refiere al carácter de la empresa y la RSE sólo se convierte en un activo empresarial si es una parte importante de este carácter”⁴.

Asociar la significación de responsabilidad al vocablo “responder” implica, la adopción concreta de una decisión entre la variedad de posibilidades de elección. En este sentido, y trasladándolo al terreno empresarial, significa que desde el momento que una azulejera pudiendo elegir, en el espacio de libertad, hacer las cosas de una manera u otra, ha de dar razón de su actuación, en definitiva ser responsable de su acción. Muchas de las decisiones implican no sólo al orden corporativo, sino a los intereses de las personas implicadas y/o afectadas en la actividad. Por tanto es preciso el diálogo y el posterior acuerdo de los implicados en la actividad empresarial⁵, como mecanismos básicos para favorecer la relación recíproca de confianza entre las empresas y sus stakeholders, ya que de ello en última instancia la legitimación de la empresa.

La RSE se comprende como un elemento activo de la reputación corporativa. Pero al mismo tiempo, una incorrecta gestión de la RSE, ha despertado pese al reciente impacto del concepto, cierta desconfianza. Soltar el lastre de la desconfianza es subrayar la importancia de la comunicación, el hacer público los compromisos adquiridos y los esfuerzos realizados, la que estrecha la relación entre ética y RSE. Un modelo de empresa del sector cerámico que quiera responder a la relación entre responsabilidad, publicidad y confianza, deberá en primer lugar, aceptar el principio ético de gestión, basado en el diálogo y posterior acuerdo de los implicados, como marco referencial de la RSE, a la vez que diseña sus grupos de interés, y las expectativas e intereses de éstos, y concretando los mecanismos de participación y diálogo, para, finalmente, publicar los compromisos adquiridos e informar con posibilidad de verificar, los logros alcanzados.

Es muy valioso este último punto, para el objetivo de esta comunicación, presentar los informes de sostenibilidad como uno de los instrumentos esenciales -códigos éticos y el comité de ética- en un sistema integrado de ética en la empresa.

⁴ Cortina, Orts, A, Conill, J. Domingo, A. García Marzá, D. *Ética empresarial, claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta, 2003

⁵ García Marzá, D. *Ética empresarial, del dialogo a la confianza*, op. cit

2. Una breve historia de los informes de sostenibilidad

El concepto de RSE es aplicable a todo tipo de empresas, pequeñas y grandes, públicas y privadas, pymes y cooperativas, decididas a contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Así, la RSE, puede alcanzar la rentabilidad económica si se integra como inversión estratégica en el núcleo de la estrategia empresarial a través de los instrumentos de gestión, y en el desarrollo de sus actividades. Los informes de sostenibilidad son buena prueba pública de ello y cuentan con una trayectoria que se origina en el concepto de balance social. Dierkes⁶ aportará una definición del concepto bastante próxima al novedoso informe de RSE: “El esfuerzo por describir en informes internos o externos cuantos datos sean posibles sobre los beneficios y costes que la actividad empresarial acarrea a la sociedad en un periodo de tiempo limitado”.

El balance social surge, por un lado, en Estados Unidos en los albores de los años 70 ante las consecuencias de una actividad empresarial que despertaba preocupaciones sociales por el entorno social y ecológico que conllevó una revisión de las relaciones entre la empresa y la sociedad. Pronto esta iniciativa de necesidad de un cambio de concepción de las empresas, alentó a Europa a adoptar una serie de indicadores que señalen la situación social y las condiciones de trabajo los cuáles, cada país interpreta de manera diversa: Francia prefirió optar por la vía legislativa para todas aquellas empresas que superaran los setecientos cincuenta trabajadores, aunque posteriormente lo redujo a trescientos empleados. Portugal siguió la misma vía; mientras a diferencia de estos ejemplos, España optó por una concepción voluntaria.

La incongruencia de estos informes partía de un concepto de empresa basada en la relación binaria de empleados-propietarios/directivos, por lo que, la concepción de la responsabilidad empresarial estaba estrictamente ligada al cumplimiento legislativo, y por tanto, en cargar al estado como único responsable de lo social, en definitiva, ser un instrumento incapaz de responder a los nuevos restos que se estaban planteando a las empresas⁷.

Los informes de sostenibilidad o triple balance, llámense según la nomenclatura más adecuada en cada caso, apunta García Marzá⁸ “por una parte, tienen que informar del cumplimiento realizado de todas las expectativas en juego y no sólo de uno o dos de los grupos implicados. Por otra, ha de avanzar en un concepto amplio de información que recoja los tres niveles en que se divide la responsabilidad de la empresa, a saber, económico, legal y ético”.

3. Metodología para la elaboración de los informes. Global Reporting Initiative.

La existencia de herramientas que facilitan la adopción de medidas responsables, son hoy un hecho. Son estándares internacionales que comunican nuevos elementos de competitividad: la AA1000, es un estándar voluntario sobre el progreso del compromiso con los stakeholders (grupos de interés); la SA 8000, el primer estándar internacional auditable en la mejora de las condiciones de trabajo; la adhesión al Pacto Mundial; la UNE-EN-ISO 26.000 que próximamente presentará una guía práctica que ayude a las organizaciones a abordar y hacer operativa la RSE; y entre otros, el *Global Reporting Initiative*, (*GRI*). La importancia de este estándar internacional es la unificación de criterios e indicadores

⁶ Para el desarrollo de este concepto ver en M. Dierkes, *La empresa como institución social* en García Marzá, D., *Ética empresarial, del diálogo a la confianza*, Madrid, Trotta, 2004.

⁷ García Marzá, D. *Ética empresarial del dialogo a confianza*, op cit. p. 288 y ss

⁸ *Ibíd.*, p. 283

que permiten a la empresa emisora, la comparación del desempeño en el tiempo y en su entorno frente a la variedad de informes y la subjetividad de metodologías utilizadas en la elaboración de dichos documentos.

El GRI, organismo creado en 1997, es actualmente uno de los estándares más extendidos para el proceso de desarrollo de líneas aplicables globalmente para la preparación de informes de RSE. Es pues, estándar reconocido internacionalmente para la elaboración y difusión de memorias por parte de cualquier tipo de organización, una guía que puede aportar tanto un estudio y la justificación por parte de una organización, del empeño en las expectativas del *desarrollo sostenible*, como una comparación con respecto a la competencia. Recientemente, en octubre de 2006, se presentó la nueva versión de la guía, conocida como el G3, es una versión más completa que la anterior del año 2002.

Según el esquema (figura 1) que la presenta la Guía para la elaboración de memorias del GRI, en adelante la Guía, organiza su metodología en base a dos miras: por una parte, los modos de presentación de la información: los principios que definen el contenido de la memoria que garantizan la calidad de los informes, y por otra, los contenidos básicos que se desarrollaran a lo largo de los capítulos.

Figura 1: Esquema de la metodología del G3



Los principios a parte de describir los resultados que una memoria debe conseguir, proporcionan una orientación en el proceso de decisión, esencial en el proceso de elaboración. La estructura que presenta la guía sobre ellos es una definición, una breve descripción y una serie de comprobaciones para que la organización pueda evaluar el uso que hace de los mismos, sin asuntos concretos de los cuales se deba informar detalladamente. El objetivo principal de los principios no es otro que el de facilitar la transparencia, -presentación completa de información sobre asuntos e indicadores necesarios para reflejar los impactos y procesos, procedimientos e hipótesis utilizados para elaborar dicha información- idéntico propósito constituyente de las memorias de sostenibilidad.

Los Principios, a su vez, se organizan en dos grupos:

- Principios para determinar los asuntos e Indicadores sobre los que la organización debería informar.

Materialidad: La materialidad en el contexto de la sostenibilidad no se limita sólo a aquellos aspectos de la sostenibilidad que tienen un impacto financiero importante en la organización. Determinar la materialidad en una memoria de sostenibilidad también implica tener en cuenta los impactos sociales, ambientales y económicos que superan ese umbral, afectando a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. Estas cuestiones materiales tendrán a menudo un impacto financiero importante a corto o largo plazo en una organización

Participación de los grupos de interés: La organización informante debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.

Si los grupos de interés no participan en la elaboración de la memoria ni se identifican con ella, es menos probable que las memorias se adecuen a sus necesidades, lo que a su vez provocará que sean menos creíbles para todos los grupos de interés.

Contexto de sostenibilidad: La organización informante debe presentar su desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad. Debe explicarse la relación entre la sostenibilidad y la estrategia de la organización, así como el contexto en el que se informe sobre el desempeño.

Exhaustividad: La cobertura de los Indicadores y aspectos materiales y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante durante el periodo que cubre la memoria. El concepto de exhaustividad engloba fundamentalmente el alcance, la cobertura y el tiempo. La exhaustividad también puede hacer referencia a las prácticas de recopilación de información (por ejemplo, garantizando que los datos recopilados incluyan los resultados de todas las localizaciones incluidas en la cobertura de la memoria) y determinar si la presentación de la información es razonable y apropiada. Estos aspectos guardan relación con la calidad de la memoria y se tratarán con detalle dentro de los Principios de precisión

- Principios para definir la calidad de elaboración de memorias

Equilibrio: La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

Comparabilidad: Se deben seleccionar, recopilar y divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones. La comparabilidad es necesaria para evaluar el desempeño. Los grupos de interés que utilicen la memoria han de ser capaces de comparar información sobre el desempeño económico, ambiental y social de la organización en relación con su desempeño anterior, sus objetivos, y, dentro de lo posible, con el llevado cabo por otras organizaciones.

Precisión: La información que contiene la memoria debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante. Se puede dar respuesta a los aspectos e indicadores económicos, ambientales y sociales de distintas formas, desde respuestas cualitativas hasta mediciones cuantitativas detallada

Periodicidad: La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada. La utilidad de la información está íntimamente ligada a la puntualidad de su divulgación para que los grupos de interés puedan integrarla de forma efectiva en su toma de decisiones.

Claridad: La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria. La memoria presenta la información (ya sea por escrito o a través de otro medio) de forma que resulte comprensible, accesible y utilizable por parte del conjunto de los grupos de interés de la organización.

Fiabilidad: La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información. Los grupos de interés deben tener la confianza de que la memoria podrá ser verificada, comprobándose la veracidad de sus contenidos y la aplicación que se ha hecho de los Principios para la elaboración de memorias. La información y los datos incluidos en la memoria deberán estar respaldados por documentación y controles internos que puedan ser revisados por terceros distintos a los autores de la memoria

El segundo soporte correspondiente a los contenidos básicos, que la guía incluye indicadores de desempeño económico, social y medio ambiental, más una serie de pautas sobre aspectos técnicos relacionados con la elaboración de memorias: -protocolos que aportan una definición más completa e

información sobre el modo de recopilación de cada uno de los indicadores; -unos suplementos sectoriales, específicos de varios sectores como son el financiero, el logístico y transportes, la minería y los metales, los tour operadores, la agencia pública, las telecomunicaciones y la automoción; -y unos protocolos técnicos, como observaciones específicas.

A través de estos tres contenidos básicos va construyéndose la guía:

- 1) Una explicación sobre la estrategia y perfil de la organización, información que define el contexto general y permite comprender el desempeño de la organización, entre otros a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo.
- 2) El enfoque de dirección, información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta.
- 3) Los indicadores de desempeño económico, social y medio ambiental, indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

Entre sus exigencias, se ruega a cada empresa que utilice la metodología GRI, la indicación en que medida o nivel ha sido aplicado dicho marco, diciendo si se es principiante, experto o se encuentran a mitad camino.

4. Conclusión

En la actualidad, en un sector tan innovador como el cerámico, la introducción de informes de RSE, debe ser una necesidad. Ajustarse a los actuales contextos globales, en los que el sector cerámico desarrolla su actividad, puede ser una fácil tarea si viene acompañada de la mano de la ética empresarial y de sus correspondientes instrumentos de gestión ética que evalúan y analizan la respuesta dada por la empresa a las exigencias éticas planteadas y del cumplimiento de su responsabilidad.

Esta es la intención del grupo de ética y RSE de la Universitat Jaume I, estar a disposición de aquellas empresas que deseen integrar en su gestión, medidas éticas.

Bibliografía:

- García Marzá, D. “Ética empresarial, del diálogo a la confianza”, Trotta, Madrid, 2004
- Cortina Orts, A. “Ética De La Empresa: Claves Para Una Nueva Cultura Empresarial”, Trotta, Madrid, 1994
- Cortina Orts, A. “Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones”,Trotta, 2003
- Cortina Orts, A (directora); Castiñeira, A; Conill, J; Domingo, A; Garcia-Marzá, D; Lozano, JF; Lozano.,J M. “Rentabilidad de la ética para la empresa”, Fundación Argentaria, Colección ·Economía Española· vol. VI, Madrid, 1997
- Conill Sancho, J. “Horizontes de economía ética”, Tecnos, Madrid, 2004
- Lozano.,J M. Albareda, L. Ysa, T. Marcuccio, M. “Los gobiernos y la RSE, políticas públicas más allá de la regulación y de la voluntariedad”,Granica, Barcelona, 2007.
- Vargas Escudero, L y Sala Belló,V. “Mitos y realidades de la responsabilidad social corporativa en España un enfoque multidisciplinar”, Civitas, Navarra, 2006
- Libro Verde “Fomentar una marco europeo para Responsabilidad Social de las Empresas”.
- Informe de la Subcomisión parlamentaria para a la RSE.