

III Jornada "eDemocracia": eTransparencia

para el buen gobierno de las empresas y las organizaciones sociales a través de las Nuevas Tecnologías

Madrid, 29 de abril de 2004

La Transparencia, entre Responsabilidad Social Corporativa y la exigencia legal

José Luis Lizcano

Director Gerente y Coordinador de la Comisión RSC
de la Asociación Española de Contabilidad y
Administración de Empresas (AECA)



aeca

Asociación Española de Contabilidad
y Administración de Empresas

Esquema de la Ponencia

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

- Tecnología y valor de la información
- Tecnología y globalización
- El mundo es un *"escaparate"*
- El mundo virtual
- Valor de lo intangible
- La era de la confianza a través de la transparencia

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

- Poder e influencia de las empresas y la sociedad civil
- Tipos de mecanismos para fomentar la transparencia (de carácter legal, de mercado y voluntarios)
- Utilización de la tecnología para ser transparente

.../...

Esquema de la Ponencia

III- Responsabilidad social corporativa

- Concepto
- Definición

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

- El informe de sostenibilidad – GRI

V- Iniciativas para el fomento de la responsabilidad social corporativa

- Públicas
- Privadas: el caso AECA

VI- Conclusiones

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

TECNOLOGIA Y VALOR DE LA INFORMACION

- El desarrollo tecnológico incrementa el valor de la información
 - Sistemas eficientes de proceso y tratamiento de gran cantidad de información, que fluye al alcance de todos, capaces de transformar dicha información en conocimiento
 - Capacidad de comunicar la información relevante para que llegue de forma adecuada al público objetivo
-

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

TECNOLOGIA Y GLOBALIZACION

- El desarrollo de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones son causa y efecto de la globalización
 - El efecto de intercomunicación global, posible gracias al desarrollo tecnológico, genera conocimiento y más desarrollo tecnológico
-

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

EL MUNDO ES UN GRAN ESCAPARATE

- El desarrollo tecnológico y la globalización quieren decir transparencia
 - El mundo: un gran escaparate regido por el principio de la transparencia informativa
 - Los esfuerzos por ocultar información o falsearla resultarán inútiles (casos Enron, Parmalat, etc.)
-

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

EL MUNDO VIRTUAL

- El desarrollo tecnológico lleva implícito el mundo virtual
 - Las telecomunicaciones permiten suplir los contactos físicos-personales por encuentros virtuales
 - Internet, correo electrónico, video conferencias y telefonía móvil son la base del mundo virtual
-

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

VALOR DE LO INTANGIBLE

- La información, su tratamiento y comunicación a través de la tecnología y las telecomunicaciones, son base del conocimiento
- El conocimiento como principal intangible estimulado por medio del talento
- De la economía de lo tangible se ha pasado a la economía basada en el valor de lo intangible, del conocimiento, de los valores, de lo social

I- Tecnología, globalización, intangibles, confianza y transparencia: análisis de una realidad

LA ERA DE LA CONFIANZA A TRAVES DE LA TRANSPARENCIA

- La confianza en lo intangible se potencia con la transparencia
- El valor de lo tangible reside en su posible cuantificación y control físico
- El valor de lo intangible, algo que no puede tocarse ni sobre lo que ejercer un control físico, se sustenta en la confianza
- La confianza reduce las necesidades de legislar

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

INFLUENCIA CRECIENTE DE LAS EMPRESAS Y DE LA SOCIEDAD CIVIL

- Las empresas, como entidades organizadas que disponen de talento y recursos, se han convertido en motor principal del desarrollo tecnológico, económico y social
 - La responsabilidad de las empresas es directamente proporcional a su poder de influencia
 - Los avances de las telecomunicaciones y de los sistemas de transporte hacen posible la fácil movilización de grandes grupos de personas (sociedad civil) en torno a determinados ideales y mensajes
-

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

TIPOS DE MECANISMOS

- El objetivo de estos mecanismos debe ser garantizar la transparencia informativa y, por lo tanto, la generación de confianza
 1. De carácter legal, de obligado cumplimiento
 2. De mercado, atendiendo a las reglas de la competencia
 3. De carácter voluntario, por convencimiento

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

1. De carácter legal, de obligado cumplimiento

- Deben perseguir el establecimiento de unos mínimos que todas las empresas cumplan
- El marco legal debe desempeñar una función principal de impulsor de la transparencia y de las buenas prácticas empresariales, sin pretender regular todo
- Ejemplos: Derecho contable, Ley de Auditoría, Ley de Transparencia, Orden Ministerial Eco sobre el Informe Anual del Gobierno Corporativo, Circular CNMV sobre dicho Informe.
Sarbanes-Oxley Act (EEUU), Informe Winter y propuesta de Directiva sobre transparencia (Europa)

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

2. De mercado, atendiendo a las reglas de la competencia

- Los mecanismos de mercado se refieren a aquellas normas o marco de actuación delimitado por un conjunto de buenas prácticas, reconocidas por el mercado, que incrementan el valor de las empresas
- Ejemplos: información sobre comportamientos socialmente responsables
 - Informe de Sostenibilidad - GRI
 - Normas y certificación sobre:
 - Condiciones laborales – SA 8000
 - Contabilidad y auditoria social y ética – AA 1000
 - Sistemas de gestión medioambiental: ISO 14001, EMAS

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

3. De carácter voluntario, por convencimiento

- Los mecanismos voluntarios son asumidos por convencimiento y representan un complemento de los mecanismos legales y de mercado
- Ejemplos: Declaración de principios sobre cuestiones éticas, sociales y medioambientales
 - Pacto Mundial (Global Compact) de Naciones Unidas
 - Caux Principles for Business
 - Global Sullivan Principles
 - OECD Guidelines for Multinational Enterprises

II- Mecanismos para fomentar la transparencia informativa

UTILIZACION DE LA TECNOLOGIA PARA SER TRANSPARENTE

➤ Internet:

- Web corporativas
- Portales especializados
- Publicaciones
- Servicios de información

➤ Telecomunicaciones:

- Televisiones corporativas
 - Videoconferencias
 - Telefonía móvil
-

III- Responsabilidad social corporativa

CONCEPTO

- Origen social de la empresa
- Sentido ético de la actividad empresarial
- Sistema integral de dirección y gestión
- Innovación
- Eficiencia y rentabilidad → competitividad
- Desarrollo sostenible
- Transparencia informativa
- Sentido común

III- Responsabilidad social corporativa

DEFINICION

“Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es esencialmente un concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medioambiente.

A través de la RSC las empresas se conciencian del impacto de su acción sobre todos los “stakeholders” y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto”.

Definición dada por el Libro Verde de la Comisión Europea “Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility” (junio 2001)

III- Responsabilidad social corporativa

- "RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa
- La RSC centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente

III- Responsabilidad social corporativa

- La responsabilidad social va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas”

(Documento AECA *“Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”* – enero 2004)

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

- Transparencia es uno de los principales atributos de la responsabilidad social corporativa
 - Transparencia de lo que la empresa es y cómo se comporta; de su triple dimensión económica, social y medioambiental
 - La empresa no es solo su dimensión económico-financiera, hacer dinero y sus accionistas. Es también sus dimensiones social y medioambiental expresadas en los distintos grupos de interés con los que interactúa: empleados, clientes, accionistas, proveedores, comunidad local y sociedad en general.
-

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD – GRI

GLOBAL REPORTING INITIATIVE

- Entidad internacional que tiene como misión alcanzar un acuerdo/ consenso global sobre la forma de elaborar y difundir la información corporativa social y medioambiental y su impacto económico, es decir, en la elaboración de una Guía de Informes de Sostenibilidad
www.globalreporting.org
 - Guía de aplicación global y voluntaria
-

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

Contenido del Informe de Sostenibilidad GRI

➤ VISION Y ESTRATEGIA

- Compromiso estratégico con la responsabilidad social
- Pronunciamiento del Presidente

➤ PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

- Naturaleza de la empresa
- Principales servicios y productos
- Estructura organizativa
- Magnitudes principales
- Grupos de interés

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

➤ GOBIERNO Y SISTEMAS DE GESTION

- Gobierno corporativo
- Compromiso con los distintos grupos de interés
- Políticas sociales y medioambientales
- Sistemas de gestión

➤ TABLA GENERAL DE CONTENIDOS

➤ CUADRO DE INDICADORES

- Económicos
- Medioambientales
- Sociales

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

INDICADORES ECONOMICOS GRI

Se refieren al impacto económico, directo e indirecto, de la actividad de la empresa sobre los grupos de interés

- Salarios, pensiones y otras prestaciones de empleados
 - Ingresos de clientes
 - Pagos a proveedores
 - Impuestos pagados y subvenciones recibidas
 - En general, cualquier otra información que complete a la aparecida en los estados financieros tradicionales, acerca de las facetas social y medioambiental
-

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

INDICADORES MEDIOAMBIENTALES GRI

Se refieren al impacto de la actividad de la empresa sobre el entorno natural, vivo y no vivo, incluyendo el sistema ecológico, tierra, aire y agua. Impacto de los productos y servicios

- Energía, materias primas y agua utilizadas
- Emisiones contaminantes de gas y otros agentes
- Impacto sobre la biodiversidad
- Reciclado
- Polución
- Programas de reducción de consumo
- Inversión medioambiental
- Sanciones medioambientales

IV- Transparencia y responsabilidad social corporativa

INDICADORES SOCIALES GRI

Se refieren al impacto de la actividad empresarial sobre el sistema social en el que opera

- Empleados: Diversidad, salud e higiene en el trabajo, formación, relaciones laborales
- Derechos humanos: Empleo infantil, no discriminación, libertad asociación
- Sociedad: Corrupción, relaciones con la comunidad, contribuciones políticas, precios y competencia
- Responsabilidad de los productos: seguridad de los productos, información, respeto a la privacidad

V- Iniciativas para el fomento de la RSC

➤ Iniciativas públicas

- Legislación básica
- Implantación en el Sector Público de sistemas de gestión basados en las RSC – PREDICAR CON EL EJEMPLO
- Promoción de ayudas y colaboración con la iniciativa privada

V- Iniciativas para el fomento de la RSC



- Iniciativas privadas: El caso AECA (www.aeca.es)
 - Creación de la Comisión de Estudio sobre RSC
 - Elaboración del Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (2004)
 - Elaboración del Código de Buenas Prácticas para la divulgación de Información Financiera en Internet (2002)
 - Implantación de sistemas de gestión RSC
 - Elaboración y publicación de su Informe de Sostenibilidad-GRI
 - Creación de Premios y Ayudas
 - Premio a la mejor información medioambiental y de sostenibilidad de las empresas españolas (2ª edición)
 - Premio a la empresa española con mejor información financiera e Internet. (3ª edición)
 - Participación en organizaciones internacionales: Global Reporting Initiative y Global Compact

VI - Conclusiones

➤ VIVIMOS EN LA ERA DE:

- Desarrollo tecnológico acelerado y continuo
- Globalización
- Intangible/ virtual
- Transparencia
- Confianza

➤ CONTAMOS CON MECANISMOS PARA FOMENTAR LA TRANSPARENCIA Y LA CONFIANZA, DE CARÁCTER:

- Público: establecimiento de mínimos, fomento y colaboración
- Privado: estimulados por el mercado de la competencia
- Voluntario: por convicción ética y valores

VI - Conclusiones

- MECANISMOS QUE PUEDEN APOYARSE EN LA TECNOLOGÍA PARA SU DESARROLLO Y DIFUSION
- NECESITAMOS DEL IMPULSO DE CONCEPTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN QUE FOMENTEN LA TRANSPARENCIA Y LA CONFIANZA, COMO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- MAS TRANSPARENCIA ➡ MAS CONFIANZA ➡ MAS VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE ➡ MENOS EXIGENCIA LEGAL