



MALGIOGLIO, José María
BERRI, Ana María
PALACIOS, Clide Lidia
LANERO, Beatriz Estela
DI NENNO, Mónica Evangelina
CAMPODONICO, Samanta
RIBEIRO, Caroline

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, Escuela de Contabilidad.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE ALGUNAS CUALIDADES DE LA INFORMACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios en los requerimientos de la información contable de los entes, originaron el desarrollo de nuevos paradigmas. En este sentido, con el paradigma de la utilidad para el usuario surge la necesidad de mostrar datos que trascienden la información financiera acerca de la composición patrimonial y los resultados y se dirigen a comunicar una variedad de informes relacionados con otros aspectos de la actuación de esos entes.

Éstos son los informes contables sociales y ambientales que se refieren a una cantidad de datos que los entes en general, y las empresas en particular, deben brindar acerca de la estimación del impacto que su accionar provoca en la sociedad, difundiendo prácticas responsables y transparentes en todo lo que tiene que ver con sus relaciones sociales, ya sean éstas internas o externas, su influencia en el medio ambiente, así como sus comportamientos éticos. A su vez, estos aspectos constituyen una herramienta estratégica en la evaluación de la relación entre el éxito en los negocios y la generación de ganancias con los beneficios sociales que deben producirse conjuntamente.

Podría afirmarse que es generalizado entre los empresarios el concepto de que es fundamental reconocer la responsabilidad de los entes, tanto con su propio futuro como con el de la sociedad toda. Pese a ello, se les presenta una disyuntiva interesante: si informa acerca de su comportamiento social y ambiental corre el riesgo de que se juzgue el mismo como componente de su "marketing social"; si, para no correr ese riesgo, opta por no informar, asume otro que consiste en que se suponga ocultamiento o que no haya nada para mostrar.

Ante esta realidad aparece entonces la necesidad de crear conciencia de que la opción de informar o no sobre los aspectos que surgen del accionar de la empresa en el ámbito de la sociedad en general no es tal, y así lo entienden muchos países que están exigiendo a las mismas datos sociales y ambientales, que son a su vez reclamados por los usuarios de la información, convencidos a su vez que ese desempeño, que podría denominarse no financiero, es fundamental a la hora de estimar la creación de valor.



Instalado entonces como un real requerimiento el conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa, y reconociendo su trascendencia desde el punto de vista estratégico, surge entonces la necesidad de determinar la manera de llevarla a cabo. Es abundante la cantidad de elaboración, por parte de organismos e instituciones internacionales, de principios y guías a efectos de facilitar formas de presentar la información de los entes vinculada a su actuación y efectos de la misma en la sociedad toda. A su vez, los distintos países han avanzado en disposiciones legales y reglamentarias con la finalidad de que pueda lograrse reunir datos para evaluar el accionar de los entes que desarrollan su actividad y las consecuencias del mismo.

A fin de evitar una especie de anarquía en la forma de solicitar y presentar esa información social y ambiental, surge entonces la necesidad de establecer un marco conceptual que rijan todos los aspectos vinculados al tema, en especial lo vinculado a los objetivos propuestos, los requisitos de la información requerida como así también cuáles son los elementos que la conforman.

Este marco conceptual, que debe tener en consideración las tres dimensiones del comportamiento social responsable, es decir económica, social y ambiental, debe desarrollar todos los aspectos teóricos fundamentados en los que radica la responsabilidad social corporativa, dirigidos a lograr la conformación de estrategias y formas adecuadas con vistas a una actuación socialmente responsable, que pueda a su vez ser informada y sometida a su correspondiente control.

Fijadas las pautas para la elaboración de un marco conceptual social y ambiental para la Argentina, el mismo constituirá una herramienta de especial importancia para los organismos encargados de la regulación, ya que contarán con material indispensable para la emisión de nuevas normas o adecuación de las existentes. También para el ejercicio de la profesión contable en la medida que brindará una base teórica para análisis y presentación de la información específica. Las entidades de investigación y todo otro ente o persona interesada en la problemática social y ambiental incluidas las organizaciones no gubernamentales contarán, para la toma de decisiones, con un material de especial importancia.

A los efectos de emprender la tarea de la generación de pautas para la elaboración de un marco conceptual adecuado, observando la normativa argentina vigente en materia social y ambiental, se considera de especial importancia realizar un análisis comparativo de algunas de las cualidades seleccionadas que son objeto de tratamiento por informes y proyectos de relevancia que contienen las mismas, tratando de definir previamente los alcances de la Transparencia como principio rector.



2. CUADRO COMPARATIVO DE LAS CUALIDADES DE LA INFORMACIÓN SOBRE RSC

GRI G3	AECA	ETHOS	RT 16
<u>Para defin. Contenido</u>			
Materialidad	Transparencia	Transparencia	
Grupos de Interés	Materialidad	Relevancia	Pertinencia
Contexto Sostenib		Stakeholders	
Exhaustividad	Visión amplia		Integridad
<u>Para defin. Calidad</u>			
Equilibrio			
Comparabilidad		Comparabilidad	Comparabilidad
Precisión			
Periodicidad		Regularidad	
Claridad		Claridad	Claridad
Fiabilidad		Veracidad	Confiabilidad
	Verificabilidad	Verificabilidad	Verificabilidad
	Mejora continua		
	Natur.Social org.		
			Sistematicidad
			Neutralidad
			Esencialidad

3. LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA INFORMACIÓN SOBRE RSC

Se considera principio rector al principio fundamental del cual se derivan todos los demás y en concordancia todos trabajarían para su logro.

Para descubrir cual o cuales son los principios rectores de la información sobre RSC se han analizado tres documentos:

- Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa de AECA (2003),
- La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad en su versión G3 (GRI G3) y
- La Guía para la Elaboración del Balance Social y Memorias de Sostenibilidad 2007 del Instituto Ethos, Brasil.

En primer lugar el documento de AECA aludido anteriormente, no habla de "requisitos" emplea el término Principios, de la siguiente manera:

Los principios básicos constituyen reglas fundamentales que rigen el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones. Su determinación y aplicación está en congruencia con el concepto, los objetivos de la responsabilidad social corporativa y las necesidades genéricas de los grupos de interés. (Documento AECA N°1, 2003, p.20)

Puede advertirse que se alude a principios básicos de la RSC y no a principios de la información sobre RSC. Esta distinción no es una cuestión menor.



En el punto 7.5 Información corporativa y verificación, en 7.5.1 Concepto, párrafo 135

En la medida que la transparencia es un principio básico de la responsabilidad social corporativa, así como un objetivo de la misma, la información adquiere un papel esencial en las políticas de responsabilidad social corporativa. El acceso a información relevante para los grupos de interés y la construcción de información de acuerdo al compromiso con dichos grupos promueven la transparencia de las organizaciones.

En el punto 6.2 Transparencia, el documento mencionado expresa:

Párrafo 84 Es la pieza básica de la responsabilidad social corporativa. Está basada en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.

Párrafo 85 Las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la responsabilidad social corporativa. La relación con los grupos de interés obliga a ser transparentes respecto al comportamiento de la organización.

Párrafo 86 Un instrumento esencial de la transparencia es la comunicación de los aspectos ligados a la responsabilidad social corporativa mediante un informe dirigido a sus grupos de interés en el que se refleje el compromiso y la participación de los mismos. (Documento AECA N°1, 2003, p. 20)

De la lectura anterior puede inferirse (Berri y otros 2008)

“que la transparencia es la cualidad de la información sobre RSC rectora, ya que su propósito fundamental descansa en dar a conocer el comportamiento de la organización a sus grupos de interés.”

La GRI G3 utiliza el vocablo “principio” y no cualidad o requisito. La transparencia como principio se pone de manifiesto en algunas partes del documento, como ser:

En el prólogo afirma:

Por un lado, la urgencia y magnitud de los riesgos y amenazas existentes sobre nuestra sostenibilidad colectiva, y por otro lado el incremento y la gama de alternativas y oportunidades, harán que la transparencia del impacto económico, ambiental y social sea un componente fundamental en toda interacción con los grupos de interés de las organizaciones informantes, en las decisiones de inversión y en la relación con los mercados.

La transparencia acerca de la sostenibilidad de las actividades de las organizaciones tiene un interés prioritario para una amplia gama de grupos de interés... (GRI G3, 2006, p.4)

En la Parte 1 Definición del Contenido de la memoria, Cobertura y Calidad agrega:

Los principios en su conjunto están destinados a ayudar a conseguir la transparencia- un valor y un objetivo que constituye la base de todos los aspectos de la elaboración de memorias de sostenibilidad. La transparencia puede definirse como la presentación completa de información sobre asuntos e indicadores necesarios para reflejar los impactos y los procesos, procedimientos e hipótesis utilizados para elaborar dicha



información y para permitir que los grupos de interés tomen decisiones. (GRI G3, 2006, p.8)

Berri y otros (2008) sostienen

Vuelve a advertirse la fuerte presencia de la Transparencia como requisito fundante del resto de los principios que contribuyen a la elaboración de un informe sostenible en las tres dimensiones: económica, social y ambiental, apto para satisfacer las necesidades de información de los grupos de interés para la toma de decisiones.

Es de destacar que la Transparencia como requisito de la información se la asimilaría a la Integridad o suficiencia (calidad de la información financiera), situación que permitiría afirmar que una información sobre RSC debe en primer término satisfacer la calidad de completa, teniendo en cuenta la atingencia o pertinencia y la significación.

Podría inferirse también como producto del análisis de la GRI G3, en la parte pertinente, que la Transparencia es el Principio rector del cual se derivan todos los demás.

El Instituto Ethos por su parte en la Guía para la Elaboración del Balance Social y Memorias de Sostenibilidad 2007 define como principios fundamentales **la transparencia y la veracidad**, apoyándose en la labor de la empresa que opta por establecer una relación madura con sus diversos públicos, al informar sobre sus metas hacia la sostenibilidad, impulsando a incrementar el compromiso de algunos de esos públicos en esa misma dirección.

Sostiene además que la realidad muestra que las empresas van adhiriendo gradualmente a publicar sus buenas acciones, pero siguen evitando presentar aspectos negativos; convirtiéndose la información solo en "un rendimiento de cuentas" (expresión que se aproxima al término inglés "accountability"), perdiendo la posibilidad de fortalecer sus relaciones con sus diversos públicos, mediante la utilización de informes más consistentes y por ende más confiables.

4. CUALIDADES DE LA INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En cuanto a la calificación de los siguientes conceptos como "principios" el Dr Carlos Luis García Casella, (2005) expresa: "no son principios científicos ni criterios que ayuden a mejorar los informes sociales microsociales". Adhiriendo a esta opinión, estimamos apropiado referirnos a "cualidades" de los informes sobre responsabilidad social

4.1. RELEVANCIA.

Cada uno de los Protocolos de los Indicadores G3 que complementan la GRI G3 dedica los primeros párrafos a la "relevancia", evidenciando así el grado de importancia que dicha norma le atribuye a esta cualidad. Es esperable que la empresa observando este concepto pueda identificar a todos los grupos de interés y logre informar sobre los principales impactos económicos, sociales y ambientales que ella provoca en la sociedad.



Las organizaciones informantes deben identificar y explicar los criterios concretos para determinar qué consideran "significativo". (Protocolo de los indicadores G3: Económico, 2006, p.2)

Según el Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa para determinar qué es o no material (relevante) las organizaciones deben mantener un adecuado flujo de relaciones con los grupos de interés de la misma.

Materialidad, supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones abarcando todos los impactos en todas las dimensiones. (Documento AECA N°1, 2003, p.29)

Las dimensiones referidas son los tres aspectos de la sostenibilidad: económico, social y medioambiental.

La norma internacional GRI G3 clasifica a la *materialidad* como un principio para la definición del contenido de la memoria. Según nota del traductor el término inglés *materiality* se ha traducido como materialidad o relevancia.

La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. (GRI G3, 2006, p.10)

Destacamos que según la GRI G3 el requisito de materialidad ha de referirse tanto a los *asuntos* como a los *indicadores* de desempeño que se incluirán en el informe y cuando se habla de *impactos significativos* se hace referencia a aquellos que los expertos consideran una preocupación importante.

La GRI G3 a diferencia de la AECA considera para definir el grado de relevancia de un asunto o indicador dos perspectivas: la de la organización y la de los grupos de interés.

Desde la perspectiva de grupos de interés los aspectos e indicadores a incluir en el informe sobre responsabilidad social son aquellos que tienen una prioridad relativa porque pueden influir en la toma de decisiones. Esta cualidad también es propia de la información contenida en los estados contables, la diferencia estaría en que dicha información es para tomar decisiones económicas (aspecto económico-financiero) y que deberá ser apta para satisfacer a los usuarios tipo (inversores y acreedores, tanto actuales como potenciales). En el caso de los informes sobre responsabilidad social la información se refiere a una mayor gama de impactos (económicos, sociales y ambientales) y deberá atender a un conjunto más amplio como son los grupos de interés.

Para caracterizar a una información como material o relevante se deberán considerar varios factores, entre ellos:

Factores externos

- Intereses/aspectos principales sobre el desempeño sostenible e Indicadores planteados por los grupos de interés.
- Principales asuntos y retos futuros del sector, tal como informen las empresas homólogas y los competidores.
- Leyes, Reglamentos, acuerdos internacionales o acuerdos voluntarios relevantes con importancia estratégica para la organización y sus grupos de interés.



- Riesgos, impactos y oportunidades que afecten a la sostenibilidad y que se puedan estimar razonablemente (por ejemplo, el calentamiento global, el VIH-SIDA, la pobreza), que hayan sido identificados a través de sólidas investigaciones llevadas a cabo por expertos con capacitación reconocida o por organismos suficientemente expertos en ese campo.

Factores internos

- Principales valores de la organización, políticas, estrategias, sistemas de gestión operativa, objetivos y metas.
- Los intereses/expectativas de los grupos de interés que han contribuido al éxito de la organización (p. ej., empleados, accionistas y proveedores).
- Riesgos importantes para la organización.
- Factores críticos que hacen posible el éxito de la organización.
- Principales competencias de la organización y en qué manera contribuyen o podrían contribuir al desarrollo sostenible. (GRI G3, 2006,p.11)

Bajo el título de "principios y criterios", la Guía de Elaboración del Balance Social publicada por el Instituto Ethos en el año 2003, define al término *relevancia* de la siguiente manera:

Las informaciones presentadas en el informe serán juzgadas útiles caso sean percibidas como relevantes por sus diferentes usuarios. Eso exige, por parte de la empresa, un buen grado de conocimiento en cuanto a las expectativas y necesidades de esos usuarios. (Guía para la elaboración del balance social, 2003, p.6)

El Dr Carlos Luis García Casella, (2005) expresa: "no basta la palabra, hace falta un esfuerzo de investigación empírica, en cada caso para saber qué necesitan y cómo lo pueden percibir por mensaje los usuarios"

En esta tarea de dialogar con los multigrupos de interés se deberá dejar constancia de los criterios para la elección de los mismos y de los instrumentos y procesos empleados para obtener información tales como: encuestas de opinión, grupos de discusión, u otros, citando la frecuencia de aplicación de dichos instrumentos.

AccountAbility ha desarrollado una prueba de relevancia de cinco partes como marco estructural para considerar la relevancia de los temas. Las cuestiones que se puedan identificar con uno o más de las siguientes pruebas se considerarán importantes:

- A Temas que produzcan impactos financieros directos a corto plazo.
- B Cuestiones para las que la compañía haya acordado políticas de naturaleza estratégica suelen adoptar la forma de compromisos con stakeholders clave.
- C Temas que organizaciones similares consideren relevantes; es decir, normas basadas en organizaciones pares.
- D Temas que los stakeholders consideren lo bastante importantes como para movilizarlos a la acción (ahora o en el futuro).
- E Temas que se consideren normas sociales (según indiquen la regulación, probables regulaciones futuras o normas y prácticas institucionalizadas). (Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés, p.35)

Para definir los temas a incluir en el BSA 2007, Petrobras SA, invitó a los grupos de interés a participar en una consulta denominada Test de materialidad. Los participantes recibieron un cuestionario relacionados con temas referidos a la



sustentabilidad. Por su parte la Compañía sugirió algunos temas prioritarios teniendo en cuenta su actividad y ciertos compromisos asumidos como por ejemplo, el ser suscriptor de los Principios del Pacto Global. No obstante los consultados tenían plena libertad de sugerir otros temas que no estaban en el cuestionario. Participaron sesenta personas en la consulta en talleres en Río de Janeiro y San Pablo y en entrevistas por teléfono. Los participantes representaban a los siguientes segmentos: clientes y revendedores, comunidad académica y científica, comunidad del entorno, consumidores (consumidores finales, quienes abastecen sus automóviles en las estaciones de servicio), proveedores, prensa, inversores, aliados, poder público, público interno y tercer sector. Por otro lado se consultó a los miembros de la Comisión de Elaboración de Informes de RSA para considerar las expectativas de la compañía. La consolidación de estas dos perspectivas: la empresa y las partes interesadas posibilitó la construcción de la Matriz de materialidad en la cual los temas se organizan en los cuadrantes de acuerdo al grado de relevancia obtenido. De este modo se logra un proceso de elaboración más participativo y la Compañía logró tener una base de orientación acerca de cuáles son los temas más importantes a ser abordados.

Convenimos emplear el término relevancia en vez de materialidad por considerar la traducción más empleada en las comunicaciones habituales.

La información a incluir en los informes sobre responsabilidad social podrá caracterizarse como relevante cuando comprenda aspectos e indicadores referidos a impactos significativos de la organización en las dimensiones del desarrollo sostenible y cuando pueda influir sustancialmente en las evaluaciones y en la toma de decisiones de las partes interesadas.

4.2 CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD.

Tanto el Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa como la Guía destacan que el contexto de sostenibilidad debe ser lo más amplio posible.

Visión amplia, el contexto de sostenibilidad debe ser lo más amplio posible, considerando los impactos que se producen a nivel: local, regional, continental y global, incluyendo el legado a las futuras generaciones. (Documento AECA N°1, 2003, p.21)

La organización informante debe presentar su desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad. (GRI G3, 2006, p.13)

Según la AECA la definición del contexto de sostenibilidad dependerá de múltiples factores entre otros: la actividad de la organización, el tamaño y su localización. Es de esperar que una Pyme informara sobre su impacto local mientras que una multinacional lo hará sobre un contexto local y global.

Según la GRI G3 se debe considerar la forma en que la organización impacta o pretende impactar a nivel económico, social y ambiental a nivel sectorial, local, regional o global. No es suficiente informar sobre el desempeño individual sino que debe informarse el desempeño en relación a cuestiones más amplias de la sostenibilidad. Se debe distinguir entre asuntos que produzcan impactos globales (cambio climático) de aquellos que produzcan impactos en el ámbito local o regional (desarrollo de la comunidad).



La Guía propone ejemplos en el ámbito ambiental y social:

... esto puede suponer que, además de informar sobre las tendencias en ecoeficiencia, una organización puede presentar su carga absoluta de contaminación en relación con la capacidad del ecosistema regional para absorber contaminantes.

... una organización podría informar sobre los niveles de prestaciones sociales y sueldos de empleados comparándolos con los niveles de ingresos medios y mínimos nacionales, así como con la capacidad de las redes sociales para absorber a las personas que se encuentren en situación de pobreza o en niveles cercanos a la pobreza.

(GRI G3, 2006, p.13)

El contexto sobre el que se va a informar el desempeño de la organización estará determinado por su estrategia comercial y de sostenibilidad.

La organización presenta su desempeño tratando de comunicar la magnitud de su impacto y su aporte en los correspondientes contextos geográficos.

La memoria describe la relación existente entre los asuntos de sostenibilidad y la estrategia organizativa, los riesgos y las oportunidades a largo plazo, incluyendo temas referentes a la cadena de suministro. (GRI G3, 2006, p.14)

El Instituto Ethos, también caracteriza a esta expresión contexto de sostenibilidad.

Orienta para que la información y los resultados presentados en el informe estén en un contexto más amplio de análisis, de forma que posibiliten que cuestiones ambientales, económicas y sociales del local en el cual la organización actúa se aborden y se relacionen a su desempeño. Permite que el usuario del informe comprenda la evolución de la organización en comparación con sus objetivos estratégicos, tanto en relación con su desempeño general como en relación con las diferentes coyunturas socio económicas y ambientales en las cuales sus operaciones se insertan. (Guía para la Elaboración del Balance Social y Memorias de sostenibilidad 2007, p.18).

Petrobras SA, actúa de manera integrada en Brasil y en otros veintisiete países. Por su carácter de corporación el contexto de sostenibilidad informado en el BSA 2007 comprende una amplia visión. Podemos citar que, según declaración de su presidente, la organización tiene como reto ser referencia internacional en responsabilidad social en la gestión de los negocios contribuyendo al desarrollo sostenible y que la preservación de la floresta amazónica es una prioridad estratégica para la compañía.

Luego del análisis realizado podemos enunciar lo siguiente:

La información a incluir en los informes sobre responsabilidad social se debe presentar dentro del contexto de sostenibilidad lo más amplio posible considerando los impactos que produce la organización informante a nivel sectorial, local, regional y global, incluyendo el legado a las generaciones futuras.

Así como el desarrollo sostenible comprende tres dimensiones y también incluye las áreas de solapamiento entre dichas dimensiones, estimamos se pueden establecer interrelaciones entre las cualidades de relevancia y contexto de sostenibilidad. Se informará con una visión amplia desagregando hasta que ello resulte relevante.



Nota: Para facilitar una mejor evaluación de los impactos económicos el VEG+D¹ debería ser presentado de forma desagregada a nivel nacional, regional o de mercado cuando ello resulte significativo. En este caso, la organización informante debe identificar y explicar los criterios que ha utilizado para determinar dicha significación. (Protocolo de los indicadores G3: Económico, 2006, p.4)

4.3. VERIFICABILIDAD.

Según la GRI G3 las empresas tienen que hacer una autoevaluación de su nivel de reporting y de conformidad con respecto a la GRI. Una vez preparado el informe, los encargados de su preparación deben indicar en qué medida o nivel han aplicado el Marco de la GRI a través del sistema de "niveles de aplicación del GRI".

Se presentan tres categorías en función del nivel de aplicación de la guía (A, B y C) en las que debe ubicarse la propia empresa, puesto que GRI no determina nada en este sentido. Además, esta clasificación se completa con tres subniveles (A+, B+ y C+), a los que se accede a través de la verificación externa, un segundo paso que GRI no exige, pero sí recomienda.

Para que una memoria se realice de acuerdo a los criterios de la GRI, deberá también identificar las responsabilidades dentro de la organización y reportar sobre cuáles son los objetivos de gestión (a nivel económico, social y medioambiental). Además, deberá abarcar temas de formación específica en las tres vertientes de reporting, así como incluir la evaluación y planes de mejora. La empresa que opte por no incluir o no relatar un indicador debe justificar en forma clara las razones, ya no es posible usar el término no aplicable o sin datos.

Además de esta autocalificación, las organizaciones informantes pueden escoger una de las siguientes opciones o ambas:

- Contar con la opinión de un verificador sobre su autocalificación.
- Solicitar que el GRI compruebe la autocalificación.

Las organizaciones que hayan utilizado la Guía u otros elementos del Marco de elaboración de informes del GRI como base de su memoria deben comunicar este hecho a Global Reporting Initiative una vez realizada su publicación. A la hora de comunicar este hecho a GRI, las organizaciones pueden optar por todas o alguna de las siguientes opciones:

- Únicamente comunicar al GRI la existencia de la memoria y proporcionar una copia impresa o en formato electrónico.
- Registrar la memoria en la base de datos online de GRI.
- Solicitar a GRI la comprobación del nivel de aplicación autocalificado.

La Guía de Elaboración del Balance Social publicada por el Instituto Ethos (2003) hace referencia a la verificabilidad en los siguientes términos:

A pesar de aún no ser exigida por el mercado, la verificación y auditoría de las informaciones contenidas en el informe contribuyen para su credibilidad. Delante

¹ Valor Económico Generado y Distribuido



de la creciente exigencia de los *stakeholders* por transparencia, las empresas deben estar listas para contestar por la integridad de los indicadores presentados. Para eso, algunas iniciativas pueden ser adoptadas, tales como:

- realizar auditoria en procesos cuyos resultados estén reflejados en los indicadores;
- presentar comentarios y evaluaciones hechos por especialistas externos;
- incluir en el Mensaje del Presidente el compromiso con la legitimidad de las informaciones (Guía para la elaboración del balance social, 2003, p.7)

En la versión de la Guía correspondiente año 2007, el Instituto Ethos se caracteriza a esta cualidad a la que da el nombre de Fiabilidad. Algunos podrían pensar que fiabilidad es sinónimo de credibilidad.

Se refiere a los registros y a la documentación que deben hacerse durante el proceso de elaboración del informe, para garantizar a los *stakeholders* que las informaciones presentadas puedan comprobarse y verificarse. La fiabilidad del informe se vincula a su contenido, así como a los procesos que lo definieron, como el uso del principio de la materialidad y los procesos de comprometimiento de *stakeholders*, que también deben documentarse. (Guía para la Elaboración del Balance Social y Memorias de sostenibilidad 2007, p.20).

Concluimos que la verificabilidad otorgaría mayor credibilidad a la información en ellos contenida, contribuyendo al principio de transparencia.

5. REFLEXIONES FINALES

- Una gestión socialmente responsable requiere una relación ética y transparente de la organización con todos los *stakeholders* con los que se relaciona, dando a conocer las metas compatibles con el desarrollo sostenible en las dimensiones social, económica y ambiental.
- El instrumento para comunicar las actuaciones de las organizaciones referidas al desarrollo sostenible, es el informe sobre responsabilidad social corporativa, el que debe prepararse teniendo en cuenta los principios rectores de **transparencia y veracidad**.
- Los informes sobre responsabilidad social corporativa deberán abarcar las tres vertientes del reporting, incluyendo información que contemple entre otras las siguientes cualidades a fin de poder satisfacer la creciente demanda de transparencia por parte de los *stakeholders*:
 - **Relevancia:** estimamos que la información es relevante cuando comprende todos los aspectos e indicadores referidos a impactos significativos de la empresa en el desarrollo sostenible y cuando puede influir en la toma de decisiones y en las evaluaciones de los grupos de interés de la organización. Para alcanzar esta cualidad la empresa deberá elaborar un "mapa de *stakeholders*" y construir una "matriz de relevancia", dejando constancia de los criterios, instrumentos y procesos empleados.
 - **Contexto de sostenibilidad:** se informará con una visión amplia desagregando hasta que ello resulte relevante, considerando los impactos que



produce la organización informante a nivel sectorial, local, regional y global, incluyendo a las generaciones futuras.

- **Verificabilidad:** la información deberá ser verificable, las organizaciones deberán contestar ante auditores externos y otros interesados tanto por los aspectos, indicadores y toda otra información incluida como por los procesos por los que se identificaron los distintos grupos de interés.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS (AECA): "Informe de Sostenibilidad 2002". Año 2003.

ASOCIACION ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS (AECA), Comisión de Responsabilidad Social Corporativa: "Documento AECA N° 1". Diciembre 2003

BALANCE SOCIAL Y AMBIENTAL. (2007). <https://www2.petrobras.com.br>

BERRI, A.M, MILETI, M, PALACIOS, C.: "Reflexiones sobre Algunas Cuestiones Conceptuales Relacionadas con la Información sobre RSC" en XXIX Jornadas Universitarias de Contabilidad, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 8 al 10 de Octubre de 2008.

BOGADO, M. J. (2006): "Responsabilidad Social Empresarial. Legislación Nacional e Internacional" Publicado en Misiones On Line, en página web: <http://www.losrecursoshumanos.com/rse-legislación.htm>, 11/01/2006.

COMISION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE AECA, (2003) Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa, Documento AECA N°1.

GEBA, N. (2004). "Propuestas para desarrollar la contabilidad social y la emisión de balances sociales en entidades lucrativas", Revista Enfoques, La ley, abril 2004

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, © 2000-2006 GRI, Versión 3.0, www.globalreporting.org/

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL BALANCE SOCIAL Y MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD 2007 – INSTITUTO ETHOS -

FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES de CIENCIAS ECONÓMICAS (2000), Marco Conceptual de las Normas Contables Profesionales, RT 16.

FOWLER NEWTON, ENRIQUE (2005) "Cuestiones Contables Fundamentales" 4ta. Edición La Ley.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB) Marco conceptual



GARCIA CASELLA, Carlos Luis (2005): "Los llamados principios y criterios para un Balance Social" en El dominio del Discurso Contable en la Contabilidad Social. Instituto de Investigaciones Contables, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, Buenos Aires, noviembre 2005.

INSTITUTO ETHOS, 2003, Guía de elaboración del balance social, www.ethos.org.br

INSTITUTO ETHOS (2005): "Guía para la Elaboración de Balanço Social". Instituto Ethos de Empresas e Contabilidade Social, Sao Paulo, Brasil, Junio.

MALGIOGLIO, J.M. (2006): "La importancia del capital humano en la valuación del patrimonio" (Tesis doctoral). Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, UNR

MALGIOGLIO, J.M., LANERO, B-E., RIBEIRO, C. (2008) "La Contabilidad Social y Ambiental en Latinoamérica: el caso de Brasil" en XXIX Jornadas Universitarias de Contabilidad, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 8 al 10 de Octubre de 2008.

PROTOCOLOS DE LOS INDICADORES G3: ECONÓMICO, © 2000-2006 GRI, Versión 3.0, www.globalreporting.org

RODRIGUEZ DE RAMIREZ, M. (2004). "Contabilidad e Informes Sociales: Nuevos Senderos para el Recorrido de los Contadores Públicos Argentinos", Anales del 15° Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas, 20 al 22 de octubre, Salta, Tomo Área III Contabilidad y Auditoría, p. 203-230.