

Las demandas de los stakeholders y la evolución de las memorias de sostenibilidad del GRI: un análisis desde la transparencia y la creación de valor

Liliana Heredia Rodríguez^a, Juan Vianey Gomez Jimenez, Ph.D^b

Pontificia Universidad Javeriana - Cali

Recibido: 05/10/2010 Aceptado: 18/11/2010

Resumen

La responsabilidad social, que era identificada como una función únicamente del Estado, ha sido trasladada a los particulares. El actuar de la empresa, que ha estado en tela de juicio en las últimas décadas, ha hecho que la sociedad demande mayor y mejor divulgación de información al considerar que de esta manera se puede rendir cuenta de un actuar responsable y transparente. No obstante, existen temores sobre la forma en que algunas empresas utilizan la divulgación de información; parece que han encontrado justificaciones que van más allá de la transparencia, la creación de valor vía reputación corporativa.

La necesidad de ofrecer propuestas que incorporen toda la información requerida por los usuarios con el fin de minimizar sus dudas sobre la intencionalidad de las empresas, ha convergido en la propuesta del *Global Reporting Initiative*. En este artículo se hace un recorrido por las guías GRI para elaborar memorias de sostenibilidad de los años

^a Profesora de Contabilidad e impuestos. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana Cali.

^b Profesor de Finanzas. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana Cali.

2002 y 2006, a fin de identificar los principales cambios introducidos y de establecer si esos cambios cubren las debilidades evidenciadas en materia informativa.

Palabras claves: GRI, responsabilidad social, sostenibilidad, *stakeholders*, transparencia, divulgación de información.

Abstract

Social responsibility, which was considered exclusively a State function, has been transferred to particulars. The firm acts, which have been under the public eye in the last decades, have made that society demands more and better information divulged, considering that in this way it can be accountable for a transparent and responsible performance. Nevertheless, there are valid fears, about the way in which some companies use the release of information; it all indicates that the informative offer has found justifications that go beyond the transparency, the value creation or the corporate reputation.

The needs to offer proposals that incorporate all the information required by its users and at the same time minimize the doubts over the firm's intentionality, has converged in the proposal of the Global Reporting Initiative. In this article you will find a look over the GRI guides to elaborate sustainability memoirs done in years 2002 and 2006, with the aim to identify the main changes inserted and establish if these changes cover the weaknesses evidenced in an informative manner.

Key Words: GRI, social responsibility, sustainability, stakeholders, transparency, release of information.

Resumo

A responsabilidade social, que era considerada função unicamente do Estado, tem sido trasladada aos particulares. O atuar da empresa, que tem estado em tela de juízo nas últimas décadas, provocou que a sociedade demande mais e melhor divulgação de informação, ao considerar que de esta maneira pode-se render conta de um atuar responsável e transparente. Não obstante, existem temores sobre a forma em que algumas empresas utilizam a divulgação de informação; todo faz pensar que tem encontrado justificativas que vão além da transparência, a criação de valor via reputação corporativa.

A necessidade de oferecer propostas que incorporem toda a informação requerida pelos usuários dela e que pela sua vez minimize as dúvidas sobre a intencionalidade das empresas, tem convergido na proposta do *Global Reporting Initiative*. Neste artigo se

faz um percurso pelas guias GRI para elaborar memórias de sustentabilidade dos anos 2002 e 2006, com o fim de identificar os principais câmbios introduzidos e de estabelecer si esses câmbios cobrem as debilidades evidenciadas em matéria informativa.

Palavras-chaves: GRI responsabilidade social, sustentabilidade, *stakeholders*, transparência, divulgação de informação.

JEL: M10, M51

1. Introducción

La sociedad civil ha incrementado su presión sobre las empresas al exigir mayor transparencia informativa, situación que se vio influenciada en gran medida por los escándalos financieros y medioambientales ocurridos durante los años 80 y 90. Esta exigencia social obliga a las empresas a divulgar información de tipo no financiero que dé cuenta de sus actuaciones frente a estos problemas (Moneva y Llena, 1996; Brown y Deegan, 1998).

A raíz de los problemas ambientales causados por las empresas industriales, surgió la inquietud de un actuar responsable por parte de las organizaciones, pero la demanda de la sociedad fue dirigida inicialmente al Estado como ente regulador y no a las empresas como agente creador. A esta problemática, que no fue la primera, le fueron adicionados los debates que se venían dando sobre derechos civiles de las minorías, igualdad en derechos de las mujeres, la seguridad y salud en los puestos de trabajo, los efectos colaterales de los productos, las jornadas de trabajo, etc., con lo cual los gobiernos y las compañías se vieron enfrentados a un paquete de situaciones que alteraron su relación con el entorno social (Garza, 2008).

Los múltiples escándalos ocurridos en las dos últimas décadas, protagonizados por las organizaciones bajo la mirada indiferente de los gobiernos y sus instituciones, dieron origen a que los interesados en el actuar de las empresas empezaran a demandar más volumen y calidad de información. A los reclamos ambientales y sociales se sumó la exigencia de transparencia; ahora ya no bastaba con ser un buen ciudadano corporativo, también había que demostrarlo.

Las presiones sobre la empresa se han acrecentado, en buena medida, porque el sector público ha perdido peso. Desde la aparición del neoliberalismo y sus ideas fundamentales de protección a la propiedad privada, papel limitado del Estado e importancia del desarrollo del libre mercado, parte de la obligación del Estado ha sido transferida a la empresa; a ésta le corresponde actuar de manera responsable con sus interesados internos y externos. La empresa ha pasado de ser un agente de los accionistas (Friedman, 1966), a ser garante de la continuidad de la cooperación con todos los *stakeholders* (grupos interesados), proporcionándoles, al menos, un cierto nivel de satisfacción (Barnard, 1938 citado en De Quevedo, 2003, p. 7).

Este nuevo rol de la empresa con seguidores y opositores, y sin consenso a la fecha, ha sido origen de un sinnúmero de debates que van desde el nombre a usar, hasta llegar a evidenciar los efectos positivos de asumir este nuevo rol y de divulgarlo. Hoy parece existir algún acuerdo en cuanto al nombre; el más invocado es el de *responsabilidad social corporativa*, que de acuerdo con Aranguren (2008), data de la década de 1950, destacándose en ese origen aportes como el de Bowen (1953)¹.

Al no existir consenso, defensores y opositores se han dado a la tarea de argumentar en pro de su postura. Otros, dejando atrás esta discusión, y en cierta medida asumiendo que es algo ya aceptado, han incursionado en el diseño y propuesta de normativas, modelos, metodologías para la divulgación, medición y hasta su valoración. Muchos aportes han venido desde organizaciones privadas; algunos han contado con la vinculación del sector público. La academia ha sido un impulsor continuo e importante en este proceso.

Mientras estos debates se siguen dando, demandantes y oferentes de la información se deben “congregar” en torno a una propuesta que recoja la mayor cantidad de requerimientos. De las iniciativas más reconocidas, emerge y poco a poco se va extendiendo su implementación, la propuesta del Global Reporting Initiative (GRI), conocida como las Guías para elaborar memorias de sostenibilidad. Tal vez el principal acierto en

la propuesta del GRI ha sido incorporar a los principios de la información, los principios y valores de empresa, que también han sido objeto de cuestionamiento por parte de los *stakeholders* y de la comunidad en general.

El hecho de haber presentado a la fecha tres versiones de la guía, es indicativo de que aún no se llega a una versión final, es decir, a una propuesta que satisfaga en alto grado a todos los interesados. Sin embargo, es una propuesta que puede ser considerada como un marco útil para que las empresas informen siempre y cuando estén conscientes de las limitaciones de la guía (Fernández y Larrinaga, 2007).

Si bien es cierto que las guías para elaborar memorias de sostenibilidad propuestas por el GRI, son susceptibles de mejora en su estructura, contenido, procedimiento, alcance y verificación, también es cierto que buena parte de los cuestionamientos están dirigidos al uso que de ellas vienen haciendo las empresas. De acuerdo con algunos estudios realizados, se ha podido establecer que parte de la información revelada no es relevante, es incompleta, repetida y está presentada de forma que transmite más una preocupación por la reputación corporativa que la contribución al desarrollo sostenible de la organización (Fernández y Larrinaga, 2007; Gómez, 2007 y Aranguren, 2008). O lo que es peor, las memorias están siendo usadas para legitimar las actuaciones y decisiones tomadas por la administración (Moneva *et. al.*, 2006).

El objetivo en el presente artículo es identificar y analizar los cambios más

1 El autor en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” analiza el papel del hombre y de la empresa, llegando a establecer que las obligaciones de los hombres de negocios es la de acometer políticas y tomar decisiones en sintonía con los objetivos y valores de la sociedad.

representativos en la G3 con relación a la G2² y establecer si la publicación de la tercera versión de las guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI atiende a las preocupaciones más sentidas y que fueron suscitadas con la utilización de la G2. El análisis de los principales cambios se realizará a partir de una revisión y comparación de principios, dimensiones e indicadores propuestos en las dos guías. Se hará mayor énfasis en el análisis de aspectos como la transparencia y la divulgación de información sobre gobierno corporativo.

Existe el temor por parte de algunos usuarios de la información de que la G3 es simplemente una versión mejorada de la G2, un instrumento sin mayores desarrollos en cuanto a la exigencia en la calidad de la información que divulgan las empresas, particularmente considerando principalmente que la nueva guía presenta 18 indicadores menos que la anterior. Los análisis comparativos realizados dan cuenta de avances y algunos cambios significativos.

2. Empresa y *stakeholder*: ¿nueva llave para crear valor?

Las personas no sólo quieren que las empresas tengan un actuar basado en principios y valores, también esperan que haya permanente información sobre ese actuar. La empresa, quien ha encontrado razones suficientes para incorporar actividades encaminadas a satisfacer las nuevas demandas de la

comunidad, se ha visto enfrentada a diversos obstáculos para rendir cuentas. Por un lado, la incapacidad de los sistemas de información para reflejar los efectos positivos y negativos ocasionados por las decisiones y actuaciones de las empresas; por otro, la diversidad de demandas de la comunidad y la variedad de propuestas para satisfacerlas, incluidas las que se relacionan con la divulgación de información. Los administradores han tenido que enfrentarse una vez más al dilema costo-beneficio en virtud de la implicación operativa, administrativa y financiera.

Cumplir con este nuevo rol ha traído consecuencias para las empresas, no sólo porque les ha exigido un mayor esfuerzo en recursos y el ajuste de sus sistemas de información, sino también porque se han visto en la necesidad de aprender sobre asuntos diferentes a su razón de ser.

En cuanto a los usuarios, que pasaron de recibir poca a mucha información, han evidenciado nuevos vacíos. Hoy, además de la asimetría en la información, los usuarios reclaman por utilidad³, confiabilidad y comparabilidad. Finalmente, hemos llegado a la etapa de discusión sobre la calidad de la información; el problema de la cantidad⁴ parece superado, al menos desde los usuarios

Pero ¿cuáles son esas razones que hacen que las empresas atiendan las continuas y variadas demandas de la comunidad? ¿Les mueve acaso una razón filantrópica? ¿Han

2 La identificación como G2 y G3 hace referencia a las Guías publicadas en los años 2002 y 2006 respectivamente.

3 Para que la información se considere como útil, requiere ser relevante, pertinente y oportuna.

4 Las empresas están elaborando además de sus informes financieros, informes medioambientales, de sostenibilidad, de gobierno corporativo, de capital intelectual y balances sociales.

aceptado y apropiado las empresas ese nuevo rol que ha impuesto la sociedad? ¿Su oferta informativa es cada vez mayor porque quieren rendir un informe fiel de su actuar? Tratar de resolver estas inquietudes requeriría un volumen considerable de cuartillas, de análisis y de estudios empíricos y, por supuesto, de tiempo para la discusión. Posiblemente para no llegar a un consenso.

El hecho es que cada vez son más las empresas que incorporan en su quehacer las actividades sociales, ambientales e informativas. Lo que unas hacen es imitado por otras, tal vez porque las empresas no se quieren quedar atrás o simplemente porque ésta es la lectura de lo que el “mercado” está solicitando y ello tiene implicaciones en los resultados vía imagen corporativa (Martínez, 2009).

En el caso en el que la empresas encuentren piso para sus actuaciones sociales en el impacto que éstas tienen en su reputación y ésta a su vez en el valor de la empresa (De Quevedo, 2003), sería indicativo de que las demandas de la comunidad para con la empresa estarían siendo asumidas por ésta como uno de sus “activos” (Ruiz, 2007). Así las cosas, la responsabilidad social⁵ tiene que ser considerada como un instrumento a gestionar (Fernández, 2005; Giner y Gil, 2006) y por consiguiente, un componente de la estrategia corporativa. Por supuesto, bajo este esquema la acción de divulgar se hace imprescindible.

No se puede generalizar, al menos con evidencia, que el enfoque utilitarista esté prevaleciendo sobre el enfoque de

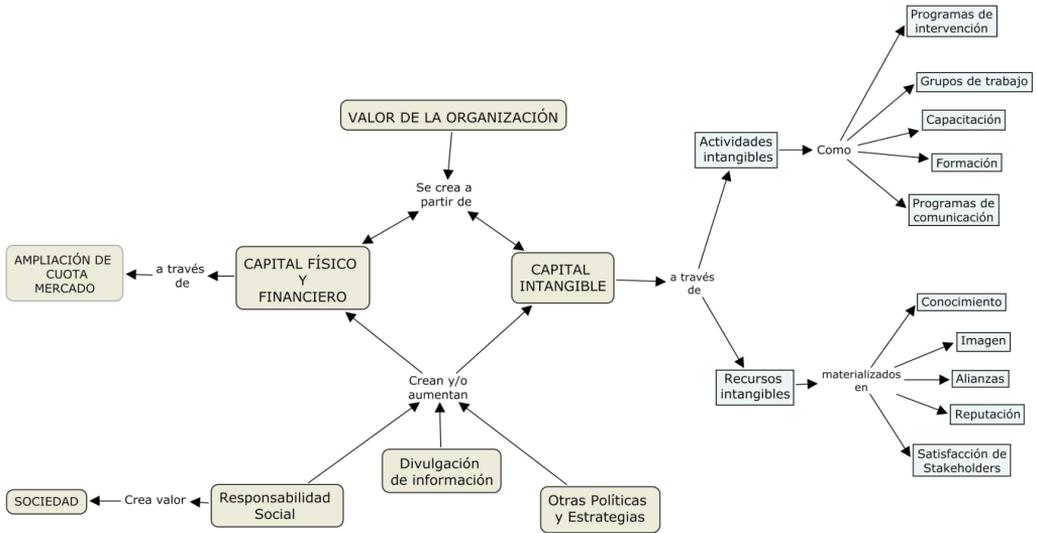
la legitimidad⁶, pero sí hay indicios que muestran a la responsabilidad social y a la política informativa de las empresas como instrumentos utilizados para incrementar su cuota de mercado; parece que las empresas buscan persuadir no solo a sus clientes sino también al conjunto de la sociedad (Ruiz, 2007, Martínez, 2009). La reputación se ha convertido en uno de los activos (intangibles⁷) más importantes de la empresa de hoy (Villafañe, 2004; López, 2007); éste es sin duda uno de los elementos que más contribuye en la creación de valor. De acuerdo con Martínez (2009), el Modelo de Arthur D. Little y Business in the Community (2003) identifica seis potenciales beneficios cuando la organización lleva a cabo acciones de RSE: reputación, gestión de riesgos, satisfacción de los empleados, innovación y aprendizaje, acceso al capital y resultados financieros. Éste último podría ser considerado como resultado o consecuencia de los otros y a la vez reflejo de que la empresa está adquiriendo mayor valor. La forma como la RSE, acompañada de la divulgación de información y de otras acciones llevadas a cabo por la empresa, crea valor en la organización se puede apreciar en la Grafico 1.

6 El enfoque de la legitimidad se basa en un contrato social entre la empresa y la sociedad, en donde la empresa actúa de manera congruente con los valores y expectativas de la sociedad. El enfoque utilitarista, plantea los beneficios económicos derivados de la responsabilidad social (Aranguren, 2008, 50).

7 Los intangibles, y dentro de ellos el conocimiento, se han convertido desde la década de los ochenta en los principales creadores de valor en las organizaciones. De acuerdo con Gómez (2007), los estudios han logrado demostrar que aproximadamente el 70% del valor de las empresas cotizadas está explicado por el capital intangible (recursos y actividades intangibles) que esta posee, mientras que el restante 30% se explica por sus capital tangible.

5 El medio ambiente es considerado como una categoría de la responsabilidad social (Aranguren, 2008).

Gráfico 1.
La responsabilidad social en la creación de valor.



El planteamiento anterior modificaría el sustento teórico de la responsabilidad social ya que incorporaría el actuar responsable como conductor de valor para la empresa y no únicamente como una forma de actuar basada en valores y en consideración con los *stakeholders*. Tal vez esta sea la ratificación de una evolución en el concepto de responsabilidad social o tal vez sea la aceptación (bajo un esquema de gana-gana⁸) de que al fin y al cabo lo realmente importante es la retribución al accionista y que para ello se pueden usar todas las estrategias permitidas.

Las actuaciones en procura de preservar el medio ambiente, de nivelar un poco las desigualdades sociales, de conservar el planeta para las futuras generaciones, deben ser algo más que el simple juego estratégico de cosas que están alineadas con el resultado financiero de las empresas, además porque estas no son las únicas que afectan los resultados financieros. Los ciudadanos, con la complacencia del estado, han ido delegando esta tarea a la empresa y ésta la ha ido asumiendo en la medida en que se ha convertido en un medio para aumentar su valor. Es como si el futuro de nuestra sociedad no fuera una responsabilidad de todos.

8 La RSE genera valor no sólo a la organización, sino también al conjunto de la sociedad (Ruiz, 2007)

Ante el deterioro del planeta y las cada vez más grandes desigualdades sociales, para muchos es un “tranquilizante” el esfuerzo que hacen las empresas a través de sus actuaciones sociales y medioambientales, la justificación de ello aparece bajo la expresión: “todos ganamos”. La pregunta que cada persona debería hacerse es si ese “todos ganan” de hoy es suficiente para garantizar el mañana de la sociedad. Inevitablemente, esta pregunta conduce a otra: ¿lo que ganan hoy las dimensiones medio ambiente y sociedad es suficiente para recuperar lo que habían perdido hasta ayer?

3. El Global Reporting Initiative (GRI): un paso en firme hacia una información integral

El mundo ha cambiado la concepción empresarial al dar cabida a aspectos como el ambiental y el social, en lo que tradicionalmente se evaluaba y decidía desde un enfoque netamente financiero. Bajo ese nuevo panorama, las organizaciones, la mayoría con trascendencia internacional, se han dado a la tarea de encontrar modelos y directrices que le muestren a las empresas cómo “ajustar” su actuar y cómo informar a los interesados de manera integrada, es decir, a elaborar informes que permitan divulgar asuntos relacionados con las actividades clave para el negocio. En ese proceso, conceptos como el de sostenibilidad y el

“*Triple Bottom Line*” (3BL)⁹, han aparecido y alcanzado aceptación sin que estén exentos de discusión¹⁰.

Con el surgimiento de estos conceptos se aviva la discusión sobre los aspectos que apuntalan la responsabilidad social (filantropía, moda, imposición del mercado, cuestión de supervivencia, etc.), también se consolida la idea de transparencia y con ella la de la calidad de la información. Las propuestas para gestionar la empresa incorporando las diferentes dimensiones y/o para divulgar información, no solo siguen apareciendo sino que siguen siendo parte de las agendas de gobiernos, instituciones de investigación, agremiaciones, instituciones relacionadas o vinculadas con los mercados bursátiles y organizaciones civiles, entre otras, Inclusive, este tema es una preocupación constante de la Organización para las Naciones Unidas.

Debido al aumento de la presión mundial por la protección del medio ambiente y a la creciente presión por calidad de información (originada principalmente por la ocurrencia de crisis financieras), se ha ido dando un cambio casi imperceptible: la obligatoriedad en vez de la voluntariedad. Leyes, decretos y normas han conducido en algunos países a la incorporación de actividades relacionadas con lo ambiental y

⁹ También conocido como Triple Cuenta de Resultados, pues hace referencia al accionar en los ámbitos económico, social y ambiental

¹⁰ Norman y MacDonald (2003), identifican el 3BL como una inútil adición a la actual discusión sobre responsabilidad social en virtud de su similitud. Además, porque los argumentos teóricos en favor del 3BL han sido reiterativos en identificar un efecto positivo en el estado de resultados del accionista como consecuencia de los logros en los otros dos estados de resultados, el social y el ambiental.

con lo social, a la vez que han establecido pautas para la presentación de informes¹¹. De hecho, lo que en algunos países ha sido implementado como obligatorio se asume en otros, inicialmente como voluntario, y poco a poco se van creando los mecanismos, no solo para hacerlo obligatorio sino también para aplicarlo con una cobertura mayor.

Una figura diferente es la que se ha originado con las memorias de sostenibilidad del GRI, que sin tener el carácter de obligatoria se ha ido convirtiendo en una implementación necesaria; muestra de ello es que el porcentaje de publicación de memorias de sostenibilidad utilizando la guía GRI, presentó un incremento considerable, se pasó de 54 reportes en el año 2002 a 580 en el año 2005 (Archel, Fernández y Larrinaga 2008). La amplia aceptación que está teniendo la guía GRI podría atribuirse a que es una propuesta que busca la participación internacional a través de organismos e instituciones provenientes de diferentes partes del mundo, la guía GRI invita a la toma de conciencia a través de la realización de un ejercicio libre y voluntario, además incorpora los aspectos positivos del proyecto empresarial en cuestión e intenta ajustar los negativos de otras propuestas.

3.1 Antecedentes del GRI

El GRI celebró su primera década en 2007

y desde su creación ha conseguido vincular a miles de personas naturales y jurídicas en todo el mundo gracias a su guía para elaborar memorias de sostenibilidad¹². Ya son más de 1.000 organizaciones las que preparan memorias de sostenibilidad tomando como base la guía GRI; ésta se ha convertido en una fuente de información que contribuye en la toma de decisiones tanto para las organizaciones informantes como para los grupos de interés (*stakeholders*).

El GRI nació en 1997 por iniciativa de la organización no gubernamental estadounidense CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente). El primer borrador de la guía GRI para elaboración de memorias de sostenibilidad se publicó en el año 1999 después de un proceso de elaboración y ajustes que abarcó los años 1997-1998, sin embargo, fue en el año 2000 cuando se publicó la versión inicial o Guía 1.

Conscientes de la gran responsabilidad que tenían a su cargo los diversos grupos que participaron en la construcción del documento, realizaron varias revisiones y consultas a diferentes usuarios de la información con el fin de mejorar el texto. Lo anterior arrojó como resultado el surgimiento de la Guía 2 para la “Elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI” publicada en el año 2002, instrumento con el cual muchas empresas iniciaron el proceso de elaboración

11 Diversidad de mecanismos se han implementado en los países para estimular la investigación y el desarrollo (I+D+i), proteger el medio ambiente, involucrar a la empresa en la actividad social y crear una cultura de reporting. Según la ubicación geográfica, es común escuchar de estas acciones y de informes como el de capital intelectual, sostenibilidad, balance social, medioambiental, responsabilidad social y gobierno corporativo, entre otros.

12 “Since its inception in 1997 GRI has developed from a bold idea to a thriving international network involving as many as 30,000 in 70 countries”. Sustainability Reporting 10 Years On. <http://www.globalreporting.org>. Consultada en febrero de 2008.

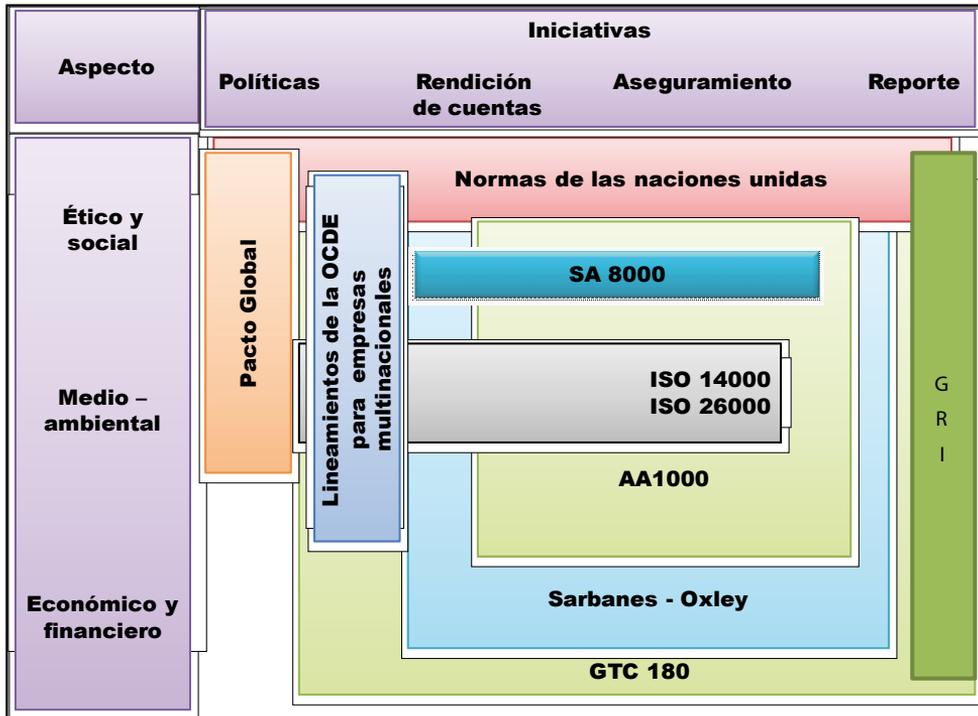
y publicación de informes de sostenibilidad. Sin embargo, recomendaciones provenientes de diferentes interesados en la información hicieron necesaria una revisión y nuevo ajuste.

En octubre de 2006, se publicó la Guía 3, última versión conocida hasta hoy, guía que es considerada el resultado sistemático del trabajo realizado durante tres años y, que de acuerdo con las publicaciones oficiales del GRI, ha marcado un paso importante en la evolución de los estándares para elaborar memorias de sostenibilidad. Es una guía compatible con diversas directrices tales como las contenidas en AA1.000, Pacto Global (Global Compact), ISO 14.000 e ISO 26.000, SA 8000 y la Guía Técnica Colombiana (GTC) 180¹³.

En el Gráfico 2 se observan diversas iniciativas tanto públicas como privadas que han promovido políticas, rendición de cuentas, aseguramiento de la calidad o reportes de información; todos en función de los *stakeholders*, algunas de ellas centradas en lo social, otras en lo ambiental y otras con mayor cobertura al incorporar la triple cuenta de resultados. Mientras que iniciativas como el GRI se enfocan en el reporte, otras propuestas tales como la GTC 180 y la Ley Sarbanes - Oxley tienen una cobertura que incluye además del reporte, el aseguramiento y la rendición de cuentas sobre temas sociales, ambientales y económicos. Iniciativas como las ISO y SA 8000 tienen enfoques específicos, las primeras hacia lo medio ambiental y la segunda hacia lo social.

13 AA1000 es un método de responsabilidad que pretende garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. La norma ISO 14000 evalúa la calidad en los procesos que tienen incidencia ambiental y la norma ISO 26000 será una guía de aplicación voluntaria, recientemente aprobada (en septiembre de 2010), se espera con ella, que las organizaciones puedan implementar, mejorar y mantener sus marcos de responsabilidad social, generando respuestas a las necesidades de los diferentes *stakeholders*. La certificación SA 8000 tiene carácter voluntario y se basa en los acuerdos internacionales sobre condiciones laborales. La GTC 180 surgió como una iniciativa de la Caja de Compensación de Antioquia y fue apoyada y gestionada por Icontec. Esta guía tiene como finalidad proporcionar a los empresarios colombianos una orientación acerca de las condiciones que debe cumplir una organización para ser socialmente responsable; es una iniciativa de aplicación voluntaria que no tiene propósitos de certificación.

Gráfico 2.
Iniciativas de RSC



Fuente: adaptado a partir de WBCSD/AccountAbility citado por Vergara, 2007.

En la Guía GRI G3 se pueden distinguir dos elementos fundamentales:

1. Principios y orientaciones para la elaboración de las memorias. Con el fin de lograr la transparencia de la información la Guía propone unos principios básicos para su elaboración. Estos principios están divididos en dos grupos. El primero determina el contenido de la memoria y el segundo determina la calidad y correcta presentación de la información divulgada.

2. Contenidos básicos de la memoria. Los contenidos básicos de la memoria incluyen:

- **Perfil:** 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.
- **Enfoque de la 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.

- **Indicadores de desempeño:** indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

Con el fin de lograr la mayor visibilidad posible, el GRI recomienda que 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:

- Comunicar únicamente 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 flexibilidad de la guía permite que la información se pueda presentar de distintas formas. Se puede utilizar un formato web o impreso, como informe separado, o bien dentro de los informes financieros o de las cuentas anuales. También permite que se pueda implementar de manera gradual, primero con los asuntos más prácticos y factibles, y poco a poco ir abordando otros

aspectos. Las empresas que tengan más experiencia y mayor capacidad para acopiar la información podrán presentarla desde el principio con arreglo al Marco de elaboración del GRI. Todas las empresas que apliquen la memoria deberán describir su alcance e indicar los planes de ampliación del alcance de memorias sucesivas (Maldonado, 2009).

4. Principios

Al revisar los principios contenidos en las Guías GRI de los años 2002 y 2006 se encuentran varias modificaciones entre las que se destacan el cambio de nombre de algunos principios, la inclusión de nuevos elementos en los principios vigentes y el tema de la “Transparencia”, que pasó de ser un principio a convertirse en un elemento transversal para la elaboración de las memorias. La Guía 2, al referirse a la transparencia, la considera como “*la exposición completa de los procesos, procedimientos y supuestos implicados en la elaboración de una memoria que resulta esencial para su credibilidad*”. Sin embargo, es en la Guía 3 donde se evidencia la transparencia como un pilar fundamental para el GRI en la elaboración de memorias de sostenibilidad. En este sentido, la Guía tiene gran valor para todos los grupos interesados en la medida en que se informe de manera clara y completa acerca de las actuaciones de la organización, sea que éstas generen impacto positivo o negativo (Véase cuadro 1).

Cuadro 1. Principios para el contenido de la memoria

PRINCIPIO	GUÍA 2 (2002)	GUÍA 3 (2006)
TRANSPARENCIA	<p>El principio de transparencia se considera como el fundamento a partir del cual se definen y estructuran los otros 10 principios.</p> <p>Se basa en la exigencia de que los usuarios estén informados acerca de los procedimientos, procesos y supuestos incluidos en la memoria.</p>	<p>No considera la transparencia como un principio sino como su eje fundamental, el cual debe ser transversal a toda la memoria de sostenibilidad.</p>
RELEVANCIA MATERIALIDAD	<p>Contrario a muchos tipos de comunicación, el objetivo principal de las memorias es responder a las necesidades de información de los usuarios de forma neutral y equilibrada.</p> <p>Las memorias deben contener información útil tanto para la organización informante como para sus grupos de interés, sin embargo, pueden presentarse casos en los cuales la información sea más relevante para los usuarios externos que para la organización.</p>	<p>No contempla el principio de relevancia, en su lugar ubica la “Materialidad”, pero ésta es más amplia que la relevancia descrita en la Guía 2. En ella se hace especial hincapié en que los indicadores a incluir deben ser aquellos que permitan reflejar los verdaderos impactos de índole social, ambiental o económico.</p> <p>El principio de materialidad, se refiere además a aquellos indicadores que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.</p>
GLOBALIDAD PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	<p>El principio de globalidad se fundamenta en la premisa de que las opiniones de las partes interesadas son esenciales para la elaboración de memorias de sostenibilidad significativas, es decir, que permitan un aprendizaje continuo y fortalezcan los niveles de confianza entre la organización informante y los usuarios de la memoria.</p>	<p>No se habla de Globalidad sino de <i>Participación de los grupos de interés</i>, dando mayor importancia a las necesidades y expectativas de éstos.</p> <p>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.</p>
CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD	<p>Muchos aspectos de la memoria de sostenibilidad cobran verdadero significado cuando son explicados en un amplio contexto biofísico, social y económico. Dicha contextualización es la que marca la diferencia entre las memorias y los informes financieros.</p>	<p>La memoria debe revelar de qué manera la organización contribuye o pretende hacerlo en el futuro, para mejorar o deteriorar las tendencias, avances y condiciones sociales, ambientales y económicas a nivel local, regional y global.</p>

EXHAUSTIVIDAD

Según este principio, toda la información que resulte importante para las partes interesadas debe explicarse y presentarse, de manera pormenorizada, dentro de los límites definidos de las memorias, para lo cual se consideran tres dimensiones: límites de funcionamiento, alcance y temporalidad.

Los límites de funcionamiento se refieren a la importancia de definir el número de entidades para las cuales se informa.

La dimensión de alcance considera la necesidad de expresar qué tan completa es la información que contiene la Guía, no basta con especificar los aspectos que son medidos a través de los indicadores, se hace necesario establecer la profundidad de los resultados arrojados por éstos.

En lo que respecta a la dimensión temporal, la información presentada debería ser completa con relación al periodo manifestado por la organización; los sucesos y posibles impactos relevantes deben informarse en el período de su ocurrencia.

El concepto de exhaustividad cuenta básicamente con tres componentes: el alcance, la cobertura y el tiempo.

La cobertura corresponde al número de entidades (filiales, empresas conjuntas, subcontratistas, etc.) de las cuales da cuenta la memoria; en la Guía 3 la cobertura es la encargada de reemplazar el término límites de funcionamiento utilizado en la Guía 2, no obstante se trata del mismo tema.

El alcance se refiere al rango de aspectos de sostenibilidad que cubre una memoria. La suma de los aspectos e indicadores debe ser suficiente para reflejar los impactos sociales, ambientales y económicos importantes.

El tiempo hace referencia a la necesidad de que la información sea completa con respecto al periodo especificado en la memoria.

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías GRI 2002 y 2006.

La incorporación de la transparencia como elemento transversal en la Guía 3 y no como un principio explícito podría convertirse en una desventaja para los usuarios de la información contenida en las memorias, por cuanto ya no hay un direccionamiento expreso a las organizaciones informantes para que expresen los procedimientos, los procesos y los supuestos que consideran para la elaboración de las memorias; por consiguiente, el usuario de las mismas podría enfrentarse a una información incompleta y asimétrica que pudiera afectar sus decisiones.

Aunque el aspecto de la verificación fue considerado en la G3 de manera más amplia que en la G2, aún no alcanza la profundidad que se requiere y que fuera origen de varios cuestionamientos, básicamente por la inexistencia de parámetros claros y generales. La última de las guías evidencia la preocupación que tiene el GRI con respecto a generar confianza en los diferentes usuarios sobre la calidad de la información y por ello, además de establecer seis principios de verificación de las memorias, plantea la posibilidad de que esta verificación se realice con la participación de auditores internos y/o

externos (véase cuadro 2). De acuerdo con el GRI (2006), la organización informante puede disponer de auditoría interna u otros sistemas de control que garanticen la calidad de la memoria; contar con agentes externos

que realicen la verificación y certifiquen la memoria como confiable y relevante, le dará mayor credibilidad a su contenido y por consiguiente, la información contenida en ella será más valorada por los usuarios.

Cuadro 2.
Principios para la verificación de la memoria

PRINCIPIO	GUÍA 2 (2002)	GUÍA 3 (2006)
NEUTRALIDAD	El principio de neutralidad se refiere a la exposición imparcial y objetiva del desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones, es decir, se deben revelar los aspectos favorables y los desfavorables.	El principio de neutralidad es denominado principio de “equilibrio” y su descripción se ajusta al contenido ofrecido en la Guía 2.
EQUILIBRIO		
COMPARABILIDAD	Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de la información de evaluar comparativamente el desempeño económico, ambiental y social de una organización en diferentes períodos y también, de compararla con otras organizaciones a fin de tomar decisiones con más fundamento.	Se conserva la esencia de este principio, pero se enfatiza en la comparación con otras organizaciones así como las condiciones bajo las cuales ésta debe hacerse.
PRECISIÓN	La precisión de los indicadores cualitativos está dada por el grado de detalle, claridad y equilibrio con que son presentados. La precisión de los indicadores cuantitativos está más asociada a las técnicas utilizadas para obtener la información.	Este principio mantiene sus elementos principales y lo único en lo cual se enfatiza es en la importancia de la precisión acogiéndose a la cobertura de la memoria.
PERIODICIDAD	Los usuarios de la información tendrán más interés en ésta si su presentación es periódica, porque de esta manera se volverá más relevante para la toma de decisiones; las memorias de sostenibilidad cobran mayor relevancia cuando los usuarios de la información conocen de antemano las fechas de publicación.	Asocia el concepto de periodicidad con el de puntualidad, entendida ésta en dos sentidos: 1) La regularidad con que se elabore la memoria y 2) La proximidad de su publicación con las fechas en que suceden los acontecimientos que se describen en ella.

CLARIDAD	<p>La información debe ser práctica y comprensible para los diferentes grupos interesados. Las organizaciones deben tener presente que no todos los usuarios cuentan con el nivel de experiencia o conocimiento para leer adecuadamente la memoria.</p>	<p>Es más enfática en la necesidad de preparar una memoria realmente comprensible para los diferentes grupos interesados, en virtud de los distintos niveles de conocimiento.</p>
AUDITABILIDAD	<p>El principio de auditabilidad deja claro que las memorias deben ser fácilmente verificables por parte de los interesados internos y externos, teniendo en cuenta que éstas contienen información tanto cuantitativa como cualitativa.</p>	<p>El equivalente es la “Fiabilidad”, la cual se refiere a la posibilidad de examinar y establecer la calidad de la memoria. En este sentido, la Guía expresa: <i>“La información y los datos incluidos en la memoria deben estar respaldados por documentación y controles internos que puedan ser revisados por terceros, distintos a los autores de la memoria”</i>.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías GRI 2002 y 2006.

El GRI adicionalmente establece tres niveles para “calificar” el grado de experiencia en elaboración de memorias de sostenibilidad: expertos (A), nivel intermedio (B) y principiantes (C). Si una organización informante cuenta con verificación externa puede agregar un “plus” a su calificación (A+, B+ o C+).

Estos aspectos vistos desde el usuario de la información son insumos para preguntarse, ¿por qué si la memoria es un instrumento creado para que las organizaciones den cuenta de su actuar transparente, se hace necesario que ésta sea auditada? ¿Por qué si el eje transversal de la Guía es la transparencia, el mismo GRI establece un principio para que terceros verifiquen la fiabilidad de la memoria? Este proceder podría, contrario a una mayor valoración de los usuarios de la información, dar piso para fortalecer la creencia de que solo es confiable la información que esté auditada o avalada por un tercero, es decir, se acepta

como punto de partida que la información originada en la empresa no es confiable y que se requiere de la intervención de otro para asegurarle a la sociedad que si se cumple con unos mínimos aceptables de calidad y que se practica transparencia por parte de las organizaciones.

La polémica sobre la verificación de las memorias, y en general sobre la validación de la información proveniente de las empresas, no se detendrá y seguirá girando alrededor de dos polos. De un lado, los que basados en los ejes filosóficos (como los enunciados por el GRI), estiman que las memorias son instrumentos para informar sobre un actuar acorde con unos principios y valores que pueden estar enmarcados por la transparencia y por tanto no deberían requerir de verificaciones o validaciones; éste sería el grupo del “deber ser”. Por otro lado, el grupo de los conscientes de que este instrumento de divulgación es utilizado por las empresas para

ofrecer información pertinente y claramente direccionada a alcanzar un objetivo distinto al de la transparencia, este grupo, que demanda verificación y validación porque el instrumento puede ser moldeable a los intereses de la empresa, podría ser considerado como el grupo “de lo que es” o “de lo que sucede”. Dos preguntas pendientes, y que deben responder las organizaciones son: ¿dónde quedan los valores y principios que supuestamente rigen el actuar de la empresa? ¿Por qué las memorias de sostenibilidad deben usarse para un fin diferente al de informar de manera fidedigna sobre las actividades desarrolladas en la organización?

5. Adhesión

El tema de la adhesión a la guía para elaborar memorias de sostenibilidad ha sido tratado con prudencia por parte del GRI. Mientras que en la Guía 2 se propone la adhesión parcial para aquellas empresas que por su tamaño o falta de experiencia en la elaboración de las memorias no cuentan con la infraestructura requerida para adherirse totalmente, en la Guía 3 no aparecen explícitas las condiciones para considerar que una organización informante está o no totalmente adherida.

Se considera que una organización se encuentra adherida parcialmente o que está aplicando la Guía de manera informal cuando muestra información parcial y aplica solamente algunos indicadores de desempeño sin necesidad de explicar la razón por la cual omite el resto de los indicadores. En el caso de la adhesión total o de la aplicación de la Guía “en conformidad”, existen las siguientes cinco

condiciones expresas para las organizaciones informantes:

1. Informar sobre la visión y estrategia, el perfil¹⁴ y la estructura de gobierno y los sistemas de gestión.
2. Incluir un índice en el cual se indique la ubicación de los elementos de la memoria por apartados e indicadores.
3. Responder a cada uno de los indicadores de desempeño siguiendo los tres aspectos de sostenibilidad¹⁵ o explicar la razón por la cual no se incluye el indicador.
4. Garantizar que la memoria es coherente con los principios expresados en la Guía.
5. Incluir declaración firmada por la junta directiva o por el presidente de la organización informante, en la cual expresen que la memoria se ha elaborado en conformidad con el GRI y que presenta de manera equilibrada y razonable el desempeño económico, social y ambiental de la organización.

Dimensiones. El GRI estipula tres dimensiones sobre las cuales la empresa centra su actuar, y por ende su información: económica, ambiental y social. Tanto la Guía 2 como la Guía 3 permiten la evaluación de esas tres dimensiones a través de dos clases de indicadores: los principales y los adicionales.

14 En este apartado la organización informante deberá incluir datos que permitan su identificación y ubicación, por ende, debe incluir, entre otros datos: su nombre, país (es) en donde opera, bienes y/o servicios que ofrece, estructura operativa, mercados a los que sirve, naturaleza de la propiedad y, en general, aquellos aspectos que contribuyan para que los diferentes usuarios puedan comprender y evaluar la información y, contactar a la organización.

15 Los aspectos sobre los que se soporta el concepto de sostenibilidad son el económico, el ambiental y el social (GRI, 2002, Parte C numeral 5).

Al analizar las dos guías, se encuentra una reducción considerable de indicadores, al pasar de 97 a 79 (19%), no obstante, los parámetros de medición de la última guía son más exigentes dado que hacen referencia a las acciones adelantadas por las empresas informantes más que a las propuestas y a los planes estructurados por ellas, los cuales sí eran referente para la guía del año 2002.

Dimensión económica. En esta dimensión se trata de informar acerca del impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial.

El resultado del desempeño financiero es fundamental para comprender a la organización y su sostenibilidad. La información financiera Grafico en los informes anuales de la organización, pero no es habitual -a pesar de ser solicitado con frecuencia por los usuarios de la información- que se encuentre la contribución de la organización a la sostenibilidad del sistema económico en su sentido más amplio. Aspectos como este y otros que enmarcan el desempeño económico de la empresa y que tuvieron modificación respecto a lo presentado en la G2 pueden apreciarse en el cuadro 3.

Cuadro 3. Principales cambios en la dimensión económica

GUÍA 2 (2002)	GUÍA 3 (2006)
<p>Comprende 10 indicadores principales y 3 adicionales.</p> <p>Los indicadores se agrupaban como impactos económicos directos e impactos económicos indirectos. El primero de ellos subdividido en: clientes, proveedores, empleados, proveedores de capital y sector público.</p>	<p>Comprende 7 indicadores principales y 2 indicadores adicionales.</p> <p>Se definen tres grandes aspectos a evaluar: desempeño económico, presencia en el mercado e impactos económicos indirectos.</p> <p>Desaparece el indicador asociado al tema de pago de impuestos y se hace una integración de otros indicadores a fin de medir en un mismo indicador costos, gastos y retribución a los empleados.</p> <p>Llama la atención el paso de indicador adicional a principal, el asociado a la medición de la inversión realizada por la organización en infraestructura y servicios no para su propio beneficio sino para beneficio de la comunidad.</p> <p>Otros indicadores que desaparecen son los que permitían evaluar la distribución de los proveedores de capital de la organización, en su lugar, se creó un nuevo indicador para dar cuenta del impacto financiero que causa sobre la organización la variación en el clima.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías GRI 2002 y 2006.

Un cambio a resaltar en la dimensión económica de la Guía 3, es la mirada social que se le da a este instrumento al incorporar como indicadores principales la inversión en infraestructura para beneficio de la comunidad y

la contratación de altos directivos provenientes de la comunidad local. Es probable que este cambio haya surgido de las sugerencias que se habían planteado en la G2 y que pretendían un enfoque económico más amplio.

Dimensión ambiental. En esta dimensión la Guía pretende que las organizaciones informantes den cuenta del impacto que sus actividades generan sobre los sistemas naturales. La medición debe contemplar una ruta de “doble vía” en la cual se evalúen: 1) los recursos que la empresa toma de su entorno medioambiental (agua, energía, materiales) y 2) sus flujos de salida (residuos, emisiones y vertidos). Adicionalmente, se considera

fundamental evaluar el grado de cumplimiento legal en materia ambiental y la relación de la organización con la biodiversidad.

En la Guía 3 se dio una significativa disminución en la cantidad de indicadores a divulgar, destacándose el hecho de que la información sobre los proveedores ya no es necesaria. En el cuadro 4 pueden apreciarse las principales modificaciones realizadas en esta dimensión.

Cuadro 4. Principales cambios en la dimensión ambiental

GUÍA 2 (2002)	GUÍA 3 (2006)
Comprende 16 indicadores principales y 19 indicadores adicionales	Comprende 17 indicadores principales y 13 adicionales
Se evalúan los siguientes aspectos: materiales; energía; agua; biodiversidad; emisiones, vertidos y residuos; productos y servicios; cumplimiento; transporte, proveedores y los gastos totales en materia de medio ambiente.	La categoría ambiental pasó de 35 a 30 indicadores. La disminución se da en los indicadores adicionales que se redujeron de 19 a 13, concentrando esa disminución básicamente en los indicadores del aspecto biodiversidad, que pasó de 9 a 5 indicadores.
Se pregunta por programas, objetivos y políticas para la conservación del medio ambiente.	Se evalúan los mismos aspectos que en la guía anterior, excepto por “proveedores” que no se considera en esta guía.
	La información que se solicita no es sobre la creación sino sobre la ejecución por programas, objetivos y políticas para la conservación del medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías GRI 2002 y 2006.

El principal avance de la Guía 3 en la dimensión ambiental fue el cuestionar a las organizaciones sobre la ejecución de las políticas, programas y proyectos que se realizaban en materia de conservación del medio ambiente. En la G2 sólo se presentaban los proyectos o programas, que podían quedarse en eso.

Dimensión social. Prácticas laborales ética del trabajo, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos, son los

ítems en los que se descompone esta dimensión cuyos indicadores permiten evaluar la relación de la empresa con los diferentes sistemas sociales con los que interactúa. Los principales aspectos considerados en la dimensión social tienen relación directa con el respeto por las personas, la relación de las organizaciones con la comunidad, las condiciones laborales equitativas, las prácticas de seguridad industrial adecuadas y la responsabilidad de las empresas frente a sus clientes.

La categoría de información social pasó de 49 a 40 indicadores. La disminución más significativa se presentó en las subcategorías «derechos humanos» y «responsabilidad del producto», donde los indicadores adicionales fueron reducidos en cuatro y tres indicadores

respectivamente. En igual forma, los indicadores que hacían referencia a los derechos de los indígenas pasaron de tres indicadores a sólo uno. Estas y otras modificaciones realizadas en la estructura de esta categoría pueden apreciarse en el cuadro 5.

Cuadro 5. Principales cambios en la Dimensión Social

GUÍA 2 (2002)

Esta dimensión cuenta con un total de 49 indicadores distribuidos así:

* Prácticas laborales y trabajo decente: 11 indicadores principales y 6 indicadores adicionales.

* Derechos humanos: 7 indicadores principales y 7 indicadores adicionales.

* Sociedad: 3 indicadores principales y 4 adicionales.

* Responsabilidad del producto: 3 indicadores principales y 8 adicionales.

En la subcategoría «prácticas laborales y trabajo decente», se evalúan: empleo, relaciones entre la empresa y los trabajadores, salud y seguridad, formación y educación y, diversidad y oportunidad.

En la subcategoría «derechos humanos» se consideran, entre otros aspectos, la no discriminación, las medidas de seguridad, los derechos de los indígenas y la libertad de asociación. Además, en lo que respecta al trabajo infantil y al trabajo forzoso, se toma como referente los planteamientos de la OIT.

GUÍA 3 (2006)

Esta dimensión cuenta con un total de 40 indicadores distribuidos así:

* Prácticas laborales y ética del trabajo: 9 indicadores principales y 5 indicadores adicionales.

* Derechos humanos: 6 indicadores principales y 3 indicadores adicionales.

* Sociedad: 6 indicadores principales y 2 adicionales.

* Responsabilidad del producto: 4 indicadores principales y 5 adicionales

En la subcategoría «prácticas laborales y ética del trabajo», se incluyen aspectos novedosos como la comparación entre salarios de los empleados de sexo masculino frente a los de sexo femenino. Así mismo, evalúa acerca de la existencia de programas de formación sobre riesgos de salud en relación con enfermedades graves, extendiéndose a las familias de los trabajadores y a la comunidad en general.

En la subcategoría «derechos humanos», el aspecto estrategia y gestión cambia de nombre y se denomina «prácticas de inversión y abastecimientos», pero conserva la esencia de la evaluación. Otro aspecto que cambia de identificación es «trabajo infantil», ahora llamado explotación infantil. Adicionalmente, desaparece el aspecto medidas disciplinarias.

La subcategoría «sociedad», al igual que las anteriores, muestra indicadores más exigentes y cuenta con un nuevo indicador a través del cual se evalúa la cantidad de sanciones a las que se expone la compañía por incumplimiento de las normas.

La última subcategoría es «responsabilidad sobre productos», donde los indicadores han recibido una adición importante en el tema del cumplimiento normativo, al tiempo que se han fortalecido los aspectos a evaluar mediante una exigencia superior en los temas de marketing y etiquetado de productos y servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías GRI 2002 y 2006.

La eliminación del indicador LA8 de la dimensión social de la Guía 2, el cual solicitaba información sobre la existencia de políticas o programas con relación al VIH/SIDA, podría mirarse desde dos ópticas. Por un lado, la eliminación del indicador puede sugerir una manera de evitar la discriminación para las personas afectadas al no ponerlas en evidencia al interior de la organización. Otra postura, con menor fuerza, podría indicar que es una medida contraproducente para dichos trabajadores, quienes no contarían con medidas claras de protección que pudieran garantizarles, entre otros aspectos, permanencia en la empresa así como apoyo financiero y psicológico.

6. El gobierno corporativo en el Global Reporting Initiative (GRI)

Las frecuentes exigencias de *stakeholders* han repercutido de manera directa en las decisiones empresariales y en la manera de administrar las organizaciones, las cuales están tomando conciencia de la necesidad de enfocar sus esfuerzos para que su actuar esté dentro del marco de la responsabilidad social corporativa, la cual es concebida como un modelo emergente y alternativo de gestión, donde se evidencia la relación de la empresa no solo con sus propietarios sino con los diferentes grupos interesados (Lizcano, 2006). Esta manera no tradicional de entender las empresas, tiene impacto directo sobre

la manera como se desarrolla el gobierno corporativo (GC)¹⁶.

El tema de GC se origina con la idea de la empresa moderna, este concepto es asociado con la delegación del poder para la toma de decisiones otorgada a los administradores distintos a los dueños. “*El GC ha evolucionado de un concepto financiero, relativo al retorno sobre la inversión, esperado y exigido por los inversionistas, a uno que incluye aspectos relativos al diseño de la organización misma y que según la definición de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) tiene que ver con los medios internos por los cuales las corporaciones son operadas y controladas*” (Franco, 2003, p. 17).

La expansión de la globalización, el papel de las economías incipientes en el escenario mundial y la reforma al gobierno corporativo, son algunas de las tendencias que han impulsado la aceptación del GRI como una herramienta útil para la divulgación de información. Según GRI (2002) la intervención cada vez mayor de las corporaciones en los cambios sociales, ambientales y económicos, hace que los inversionistas y demás grupos interesados esperen de los administradores que actúen con ética, transparencia y sensibilidad.

Los órganos encargados del gobierno corporativo están recibiendo mayores requerimientos por parte de los diferentes interesados en las organizaciones, porque

¹⁶ El Gobierno Corporativo corresponde al conjunto de normas y principios que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa y, la relación de éstos con los terceros interesados.

esperan que éstos pongan en práctica los códigos de buen gobierno y que alcancen los objetivos trazados a través de una gestión que optimice los recursos que les han sido encomendados. Esta Gráfico, que surge con la teoría de la agencia y que corresponde a la relación entre los propietarios y los directivos (agentes) de las empresas, actualmente enfrenta una exigencia adicional a la de superar el entramado de la relación entre propietarios y agentes, responder a las, cada vez mayores, demandas de la sociedad (Lizcano, 2006).

El reto es elevar el concepto de gobierno corporativo al nivel de “buen gobierno corporativo”, que debe ser más que un simple tema de moda al cual se quieren adherir muchas organizaciones, debe considerarse como la solución a la crisis de confianza que se percibe alrededor de las empresas tanto públicas como privadas (Castro y Cano, 2004); el buen gobierno corporativo debe proteger los derechos no sólo de los accionistas sino de los demás grupos de interés y promover la transparencia, la productividad, la competitividad y la integridad de las instituciones.

Un gobierno corporativo para cumplir eficientemente sus funciones en la organización y en la sociedad, requiere información pertinente y de calidad, de esta manera puede realizar un seguimiento del desempeño de las empresas al tiempo que puede impulsar nuevas formas de compromiso con las partes interesadas y no sólo con los accionistas como ocurría en principio (GRI, 2002). A la luz de la afirmación anterior, las memorias de sostenibilidad elaboradas siguiendo el GRI podrían convertirse en la fuente de información que facilite el trabajo de los administradores

y que contribuya para el adecuado desarrollo del gobierno corporativo, no obstante, sigue latente la posibilidad de que la información contenida en las memorias no cumpla con los parámetros de calidad y veracidad que se espera y que, por consiguiente, carezca de relevancia para la toma de decisiones.

El gobierno corporativo toma cada vez más fuerza en Europa y Estados Unidos, en países asiáticos y, más recientemente, a raíz de la internacionalización de la economía, en países latinoamericanos. Al igual que en el caso de los informes de responsabilidad social empresarial, se encuentran iniciativas tanto públicas como privadas entre las cuales pueden destacarse el Comité Cadbury, Informe King, directrices de la OCDE para empresas multinacionales y la ley de transparencia (ley 26 de 2003) emitida en España.

Las propuestas en materia de gobierno corporativo propenden, entre otros aspectos, por el respeto a los accionistas o inversores minoritarios, enfatizando en la necesidad de revelar información clara y consistente acerca de las acciones que les afecten directamente. Ante este panorama se entendería que la inclusión del gobierno corporativo en la Guía GRI debería ser una garantía de transparencia.

Por tratarse la Guía GRI de una herramienta de uso voluntario, se deduce que las empresas que deciden utilizarla no tienen interés en ocultar, manipular u omitir información sino que su única intención es la de satisfacer oportunamente las necesidades de información de los *stakeholders*, no obstante, queda la pregunta de si efectivamente este propósito se cumple o simplemente se ratifica lo expresado por Gómez (2006), quien dice:

“desde una mirada crítica (...) se puede señalar la predominancia de la información de responsabilidad social, como un mecanismo de legitimación con el entorno y gestión de la imagen organizacional. De esta manera, la información producida podría no responder a múltiples interesados y, posiblemente, estarse consolidando como un instrumento discursivo más que una práctica de transparencia informativa”.

7. Consideraciones finales

- En principio, podría afirmarse que la Guía GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad ha contado con aceptación por parte de diferentes países, empresas y grupos interesados no solo porque su construcción se ha dado de manera participativa sino porque fomenta la transparencia en la revelación de información desde las tres dimensiones (económica, social y ambiental), lo que permite que la información contenida en la memoria resulte relevante para múltiples interesados.
- La guía GRI presentó una disminución notable de indicadores pasando de 97 en la G2 a 79 en la G3, es decir, una reducción de 18 indicadores, cuyo mayor impacto se encuentra en la dimensión social con una diferencia de nueve indicadores. Sin embargo, mientras algunos indicadores desaparecieron otros fueron creados, principalmente en la dimensión ambiental. La reducción en el número de indicadores no debe asociarse con menor calidad de la memoria, en este sentido, es necesario anotar que la última guía es más exigente en varios indicadores que evolucionaron al pasar de solicitar existencia de políticas y directrices, para indagar sobre resultados concretos por la aplicación de las mismas.
- Las dimensiones que tuvieron mayor incremento en las exigencias de los indicadores fueron la social y la ambiental. En la social, un total de doce indicadores (ocho principales y cuatro adicionales) indagan respecto de los programas y acciones que permiten, por ejemplo, evitar o corregir incidentes de discriminación, episodios de corrupción y mejorar la calidad de los productos y servicios. En la dimensión ambiental, los retos para las organizaciones informantes están asociados a siete indicadores, tres de ellos adicionales, relacionados con la capacidad de la entidad para identificar su impacto sobre el medio ambiente y sobre las acciones tendientes a mitigarlo (P. Ej.: disminución en la emisión de gases, reutilización de materiales y programas para proteger la biodiversidad).
- Existen opiniones divididas alrededor de la responsabilidad social corporativa y la revelación de información relacionada con ésta. Por un lado, se tiene la postura (cada vez menos frecuente) de que las empresas actualmente tienen una actitud socialmente responsable, de que existen los “buenos ciudadanos corporativos”. En el otro extremo, se erige la posición de quienes ven en las empresas entes que siguen validando su razón de ser como medios de enriquecimiento y generación de valor para los propietarios y que por

consiguiente orientan todas sus acciones hacia el logro de este objetivo, incluyendo su desempeño en lo que a responsabilidad social se refiere, tal como lo sugiere la “estrategia de los accionistas” explicada por Johnson y Skalén (2006), en la cual se considera la RSC como relevante solamente en la medida en que contribuye a la creación de valor para los propietarios.

- La revelación de información transparente es una necesidad sentida de los *stakeholders*, quienes más que cantidad reclaman calidad en la información que entregan las empresas. Los *stakeholders* esperan que los reportes empresariales superen el tradicional esquema netamente financiero y den cuenta del actuar en otras dimensiones como la social y la medio ambiental. Sin embargo, esta solicitud de la sociedad parece haber sido aprovechada por algunas organizaciones para posicionar su imagen. “(...) Las sociedades cotizadas en los distintos mercados financieros han hecho de la responsabilidad social un instrumento para el fomento de su reputación (...) Al parecer, los estudios de mercado ponen de manifiesto que son los productos y servicios de sociedades socialmente responsables los que encuentran una mayor aceptación entre los consumidores (...)” (Sánchez – Calero, 2006, 95).

Bibliografía

- AA1000: Assurance Standard. Recuperado el 14 de marzo de 2008, de <http://www.accountability21.net/>.
- Aranguren, N. (2008). Divulgación de información sobre responsabilidad social: un análisis comparativo entre empresas cotizadas de Alemania, España y Reino Unido. Tesis doctoral. Universidad de Deusto. San Sebastián.
- Archel, P., Fernández, M. y Larrinaga, C. (2008). The organizational and operational boundaries of triple bottom line reporting: a Surrey. *Environmental Management*. 41, 106-117.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*, N.Y., Harper & Brothers.
- Brown, N. y Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*. 29. (1), 21-41.
- Castro, R. y Cano, M. (2004). Un gobierno corporativo, solución a la crisis de confianza: cambios en la contabilidad y la auditoría, aporte de los estándares internacionales, apuntes de la comparación de los casos Parmalat-Enron. *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*. 44, 18-51.
- Cuervo, J.A. (2005) La maximización del valor para el accionista versus la responsabilidad social corporativa. ¿Compatibilidad? *Revista Economistas*. 23(106), 13-21.
- Fernández G., R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid. Thomson Editores.
- De Quevedo, E. (2003): *Reputación y creación de valor: una relación circular*, Thomson-Paraninfo.
- Fernández G., R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid. Thomson Editores.

- Fernandez, M. y Larrinaga, C. (2007). Memorias de Sostenibilidad: Responsabilidad Y Transparencia. *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*. 51, 59-104.
- Franco, J. (2003). Historia del Gobierno Corporativo en el mundo. Definición y objetivos del concepto de Gobierno Corporativo. *Libro Blanco de Gobierno Corporativo. Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio*. Recuperado el 19 de agosto de 2008, de <http://www.gobiernocorporativo.com.co/>.
- Friedman, M.: (1966). Capitalismo y libertad. Ediciones Rialp.
- Garza, M. (2008). Memorias de sostenibilidad en las empresas latinoamericanas. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*. 33, 143-193.
- Giner, F. y Gil, M. (2006). Un modelo para medir la responsabilidad social en las empresas. *Partida Doble*. 182, 36-50
- Gómez, J.V. (2007). *Divulgación de información sobre intangibles en las empresas cotizadas españolas: factores determinantes e impacto en los mercados financieros y en la reputación corporativa*. Tesis Doctoral para optar el título de Doctor en Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Deusto. San Sebastian. España.
- Guía GRI 2002. Recuperada el 4 de marzo de 2008, de <http://www.globalreporting.org>
- Guía GRI 2006. Recuperada el 4 de marzo de 2008, de <http://www.globalreporting.org>
- Johnson, M. y Skalén, P. (2006). Adoption of corporate social responsibility – incorporating a stakeholder perspective. *Qualitative Research in Accounting & Management*. 3 (3),188-207.
- Larrinaga, C. y Moneva, J. (2002). Global Reporting Initiative: Contabilidad y Sostenibilidad. *Partida Doble*. 135, 80-87.
- Ley 26 de 2003. España. Recuperada el 19 de agosto de 2008, de http://www.cnmv.es/legislacion/legislacion/leyes/26_2003.htm.
- Ley Sarbanes - Oxley. Julio 30 de 2002. Recuperada el 19 de agosto de 2008, de <http://www.interamericanusa.com/articulos/Leyes/Ley-Sar-Oxley.htm>.
- Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (2001). Recuperada el 19 de agosto de 2008, de <http://www.jussempere.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/libroverdedelaue.html>
- Lizcano, J. (2006). Buen gobierno y responsabilidad social corporativa. *Partida Doble*. 182, 20-35.
- López, I. (2007). Observatorio español de intangibles. La Comunicación Empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Pearson-Prentice Hall.
- Maldonado, G. S (2009): Estudio comparativo de la divulgación de información social en América Latina. El caso de Colombia, Chile y México. Documento presentado como avance de tesis doctoral, Universidad de Deusto, S.S. P. 66. Manuscrito no publicado.
- Martínez C. Luis (2009). *Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad:*

- un estudio a partir de la percepción de agentes de sucursales bancarias privadas chilenas*. Tesis Doctoral para optar el título de Doctor en Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Deusto. San Sebastian. España.
- Moneva, J.M. (2007). El marco de la información sobre responsabilidad social de las organizaciones. *Ekonomiaz*. 65, 284-317.
- Moneva, J.M., Archel, P. y Correa, C. (2006). GRI and the camouflaging of corporate un sustainability. *Accounting Forum*. 30, 121–137
- Moneva, J.M. y Llena, F. (1996). Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas que cotizan en bolsa. *Revista española de Contabilidad y Financiación*. XXV (87), 361-402.
- Monks, R. Y Minow, N. (2001). *Corporate Governance*. Reino Unido. Blackwell Publishing.
- Norman, W. Y Macdonald, C. (2003). Guetting to bottom of “triple bottom line”. Recuperado el 15 de agosto de 2008, de http://www.businessethics.ca/3bl/triple_bottom_line_abstract.html.
- Pérez, E. (2005). Transparencia en la adopción de decisiones en el proceso de integración europea. Anuario Mexicano de Derecho Internacional. Vol. 5. Recuperado el 14 de julio de 2008, de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/>.
- Sanchez-Calero, J. (2006). Creación de valor, interés social y responsabilidad social corporativa. En *Derecho de sociedades anónimas cotizadas* (pp. 851-913). Navarra. Editorial Aranzandi.
- Ruíz, F. (2007). La responsabilidad social corporativa, ¿genera valor? *Aeca*. 78, 3-7.
- Vergara, H. (2007). Estándares generales y específicos de las RSE a nivel mundial. *Forum Empresa 2007*. Cali. Recuperado el 15 de septiembre de 2008, de <http://www.ccc.org.co/respon.html>.
- Villafañe, J. (2004). *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*. Madrid. Pirámide.
- WBCSD Accountability and Reporting Working Group, (2004). *Strategic challenges for business: in the use of corporate responsibility codes, standards, and frameworks*. Recuperado el 15 de septiembre de 2008, de <http://www.wbcsd.org/web/publications/accountability-codes.pdf>.