

XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María, 2023.

La responsabilidad de revelar información a los stakeholders de sus acciones ante los nuevos paradigmas de gestión.

Zanini Rosana I y Marinelli, Juan Pablo.

Cita:

Zanini Rosana I y Marinelli, Juan Pablo (2023). *La responsabilidad de revelar información a los stakeholders de sus acciones ante los nuevos paradigmas de gestión. XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xii.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.viii.congreso.de.ciencias.economicas.del/76>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eruA/9UX>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La responsabilidad de revelar información a los stakeholders de sus acciones ante los nuevos paradigmas de gestión

EJE TEMATICO: Responsabilidad Social

Rosana Zanini- Victor Hugo 920- Universidad Nacional de Río Cuarto- 5800 Rio Cuarto-
rosanazanini@hotmail.com

Juan Pablo Marinelli- Dr. Carlos Gaudard 1267,torrej7,dpto..25- Universidad Nacional de Río
Cuarto- 5800 Rio Cuarto- jp_marinelli@hotmail.com

Palabras clave: RSC, Sustentabilidad, Gestión, Stakeholders

Introducción

Dado que las organizaciones juegan un papel cada vez más preponderante en las comunidades donde operan, en todo el mundo hay una preocupación creciente por los aspectos éticos, sociales y ambientales de sus actividades. La comunidad demanda de las empresas una administración adecuada de los recursos humanos y materiales, que asegure el equilibrio entre las necesidades de desarrollo económico y los derechos de la comunidad y del personal.

En las últimas décadas, palabras tales como “responsabilidad social”, “sostenibilidad”, “inversión socialmente responsable”, entre otras, ponen de manifiesto una nueva realidad financiera y empresarial. De acuerdo con esta visión, los ejecutivos de las empresas son responsables de la situación del ente no sólo ante los accionistas –visión tradicional, Teoría del Shareholder–, sino también ante todos los grupos sociales implicados con la organización –Teoría del Stakeholder–: consumidores, clientes trabajadores, proveedores, entidades, financieras, Estado y, por extensión, la sociedad en general. En este sentido, diversos grupos de interés son cada día más incisivos a la hora de demandar información y rendición de cuentas respecto de las prácticas sociales y ambientales de las empresas. Así, los inversionistas buscan evidencias de buenas prácticas de gobierno corporativo y de gestión de riesgo; los consumidores cuestionan a las empresas sobre la forma, los componentes y el destino de los envases de los productos; los empleados buscan empresas que valoren el capital humano, asuman responsabilidades sociales y ambientales y presenten cuentas a la sociedad sobre sus acciones corporativas; los gobiernos y la sociedad civil aumentan la presión sobre las compañías

para que informen sobre los resultados obtenidos en los aspectos sociales y ambientales (Lewis, 2003).

Por consiguiente, los Estados Financieros de Publicación constituyen el medio de comunicación esencial de las actividades sociales y ambientales llevadas a cabo por las compañías. Al respecto, Gray (1995) considera que “los Informes Anuales de las empresas reflejan el grado de responsabilidad asumido por las mismas”.

La forma de conocer si una empresa aplica responsabilidad social viene dada, en gran medida, por la información que la compañía elabora y divulga en relación con los aspectos económicos, sociales y ambientales

La responsabilidad social corporativa como nuevo paradigma de gestión es la capacidad de una empresa de escuchar, comprender y satisfacer las expectativas de la comunidad, en vistas a un futuro sustentable.

No obstante, para asegurar un manejo eficaz de las prácticas de responsabilidad social corporativa, no basta con acciones filantrópicas, inversión en programas sociales o estrategias de desarrollo de la comunidad.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tiene que ver con la viabilidad y sostenimiento a largo plazo de los negocios. Al igual que otros aspectos de la organización, la responsabilidad social tiene que integrarse a la gestión general de la empresa. Una organización que pretenda estar al servicio de la comunidad debe proponerse el bien común como deber de todos los miembros de la organización.

Entre los elementos a tener en cuenta en la gestión de la responsabilidad social corporativa, pueden citarse la gestión de las relaciones laborales, la protección del ambiente, el respeto por las leyes y acuerdos, el control de los proveedores, la realización de auditorías internas, la transparencia en la comunicación, la identificación de problemas y la adopción de acciones correctivas.

En consecuencia, ¿las empresas que hacen oferta pública de títulos en Bolsas y Mercados Argentina (ByMA) analizan el impacto de sus actividades?, ¿qué actitud adoptan frente a esta nueva realidad? ¿las empresas cotizantes revelan información ante este nuevo paradigma de gestión que debe comprender los aspectos económicos, sociales y ambientales relacionadas con la responsabilidad social? ¿que

herramientas utilizan para revelar dicha información? Estos constituyen algunos de los interrogantes de partida que orientarán esta presentación.

El objetivo del presente trabajo es analizar cómo revelan información voluntaria a los stakeholders las organizaciones las empresas que hacen oferta pública de títulos en ByMA de sus acciones ante los nuevos paradigmas de gestión.

Metodología de Investigación

La metodología utilizada para la presente ponencia fue el estudio de casos. A partir de este tipo de estudios la generalización no es estadística, sino analítica, lo que se busca es la significación y no la distribución de los datos (Yin, 2003, p. 40). El objetivo del estudio de casos no hace posible efectuar generalizaciones a toda una población, pero permite desarrollar una teoría que pueda ser transferida a otros casos (Martínez Carazo, 2006, p. 42).

El estudio de casos empleado es de tipo descriptivo donde el propósito es analizar cómo sucede una evidencia o manifestación de tipo organizativo dentro de un contexto real. El número de casos objeto de análisis son múltiples o comparativos. Se recurrió a fuentes secundarias de información proveniente de las páginas web de las empresas PyMES y líderes que hacen oferta pública de sus acciones en ByMA.

Características del contexto actual: Influencias sobre el movimiento de RSC

En el pasado, la mayor o menor competitividad de las empresas tenía estrecha relación con el precio de los productos que ella ofrecía al mercado, luego, los consumidores comenzaron a exigir calidad en dichos productos y servicios. Hoy en día, las empresas deben invertir en fortalecer las relaciones con sus grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, inversores y socios), de los que dependen y con los que se relacionan constantemente, y ello incluye a la comunidad en la cual actúan y al gobierno.

Cada vez son más las empresas que apuntan a una gestión ética y responsable, además de mantener su tradicional objetivo de rentabilidad. Este movimiento se ve incidido por diversos factores, como por ejemplo, el criterio adoptado por grandes y medianas empresas en relación a las prácticas socialmente responsables de sus proveedores; la exigencia por parte de los organismos que otorgan crédito de cumplir con prácticas socialmente responsables; además de la presión que ejercen los consumidores sobre la empresa, de la cual requieren diversas prácticas que demuestren su compromiso social. Pero,

¿cuál ha sido el cambio que el mundo de los negocios sufrió para que la asunción de RSC sea una necesidad para la competitividad de las empresas?

El movimiento de RSC se encuentra fuertemente influenciado en su desarrollo por diversas características del contexto actual, que se destacan por no ser pasajeras, sino que son fundamentales y por ello exigen la adaptación de las empresas a las nuevas circunstancias, adoptándola como nuevo modelo de gestión.

Se exponen en el cuadro contiguo los desafíos y oportunidades de negocios propiciados por el nuevo contexto empresarial.

Visión de negocios en el contexto actual

Factores del entorno	Desafíos	Oportunidades
Situación ambiental y social	<ul style="list-style-type: none"> Rediseñar procesos para el uso racional de los recursos naturales Conocer el origen y destino del material utilizado y procesado Entender la importancia de los aspectos ambientales dentro del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir gastos por la mejor administración de los recursos Crear productos y servicios que contemplen el cuidado del medio ambiente
Educación y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> Estar preparado para un proceso continuo de aprendizaje temático y tecnológico Poseer altos niveles de escolaridad y especialización para el ejercicio de las distintas funciones Mantenerse informado para evitar ser superado por los competidores 	<ul style="list-style-type: none"> Generar productos y servicios para los “eternos” estudiantes, como nicho de mercado. Disminución del costo tecnológico Facilidad de acceso a nuevas herramientas

Situación cívica	<ul style="list-style-type: none"> › Mantenerse informado sobre los movimientos más cercanos a su ambiente y de sus influencias en lo cotidiano › Elegir las causas de los movimientos con los cuales uno se siente más identificado › Posicionar el negocio como socio de esos movimientos y ver a las personas como aliadas en la construcción del negocio 	Desarrollar su negocio con el apoyo de la comunidad que lo rodea
-----------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia, a partir de Carmen Parra (2010). *Empresas con conciencia*.

Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa como modelo de gestión

En palabras de Fernández García (2009, p. 89)), entre los beneficios de la implementación de la Responsabilidad Social en la Corporativa se pueden mencionar:

A nivel externo:

- ✓ Posicionamiento y diferenciación de marca.
- ✓ Incremento de notoriedad.
- ✓ Captación de nuevos clientes.
- ✓ Fidelización de clientes.
- ✓ Mejora de imagen de marca.
- ✓ Mejora de imagen corporativa.
- ✓ Mejora de relación con el entorno (nuevas estrategias de comunicación, atracción de medios, etc.)
- ✓ Mayor credibilidad y aceptación.
- ✓ Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.
- ✓ Contribución al Desarrollo Sostenible.
- ✓ Mejora de las relaciones con los sindicatos y la administración pública.
- ✓ Descuentos publicitarios.
- ✓ Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.
- ✓ Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

- ✓ Acceso a nuevos segmentos de mercado.
- ✓ Incremento de ventas

A nivel interno:

- ✓ Fidelidad y compromiso de los trabajadores, aumento de creatividad.
- ✓ Mejora del clima laboral, redundado en la mejora de la calidad y procesos productivos.
- ✓ Mayor productividad.
- ✓ Ahorro en costos e incremento de la rentabilidad, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos.
- ✓ Mejora de la comunicación interna.
- ✓ Fomento de una determinada cultura corporativa.
- ✓ Realización de ensayos para el desarrollo de innovadoras estrategias comerciales.
- ✓ Obtención de desgravaciones fiscales.
- ✓ Proporcionar valor añadido a los accionistas.

Herramientas para revelar información de sostenibilidad a los stakeholders

En relación con los instrumentos de transparencia de las políticas y prácticas de RSC que habitualmente señalan autores tales como (Pérez Vega E:2013, Aguiñaga y Badiola:2013, Aldeanueva, I.:2012) consideran: Códigos de conducta, Balance Social, Memorias de sostenibilidad e Informes de Sostenibilidad.

Los Códigos de Conducta o Códigos Éticos de las organizaciones tienen como finalidad establecer las pautas de comportamiento de las mismas, en relación con diferentes grupos de interés. Entre los Códigos de Conducta, se encuentran los Códigos de Gobierno Corporativo, que en España han sido regulados por la Ley 26/2003, de 17 de julio de 2003, por la que se modifican la Ley del Mercado de Valores y la Ley de Sociedades Anónimas, con el fin de reforzar la transparencia de las sociedades anónimas cotizadas. Así como por las normas contenidas en la Ley 44/2002, de 22 de noviembre de 2002, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero y en la Ley 62/2003, de 30 de diciembre de 2003, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

Mientras el Código de Gobierno Corporativo obliga a los órganos de gobierno, los Códigos de Conducta afectan a todas las instancias de la empresa, incluyendo a los órganos de dirección.

La RT 36 define al Balance Social (BS) como “un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento”. La estructura según la RT36 y especialmente en lo referido al Balance Social, la norma establece el formato del mismo dividido en dos capítulos: el primero concerniente a la Memoria de Sustentabilidad: está referida a la parte cualitativa del Balance Social estableciendo que para su elaboración se atenderá a las pautas y principios establecidos en la Guía elaborada por el Global Reporting Initiative (GRI) y el segundo alusivo al Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD): es en el Capítulo III de la RT 36/13 donde queda perfectamente aclarada la diferencia entre el valor económico generado por la organización y los grupos sociales involucrados – stakeholders- con ella del beneficio empresario.

La Memoria de Sostenibilidad de una compañía es un instrumento informativo que tiene como finalidad la “articulación y comprensión de las aportaciones de la organización informativa al desarrollo sostenible “(Global Reporting Initiative, GRI G4, 2013). En este sentido, dicho informe debe mostrar el resultado y los objetivos previstos en materia de desarrollo sostenible, tanto directos como indirectos y en relación con todo el alcance de la organización (Moneva et al, 2004).

De la misma forma que para la elaboración de la información financiera es preciso atender a una serie de principios contables, en los informes de sostenibilidad debe atenderse a unos principios informativos. La Guía GRI G4 proporciona unos principios para la elaboración de memorias en ella los mismos tuvieron una definición más concreta, enfatizando la relevancia de la información para los grupos de interés. Para facilitar la aplicación de la guía, se elaboró un listado de autoevaluaciones que permiten validar la información presentada y mejorar su calidad. A finales del año 2016 se publican los nuevos Estándares GRI que para todos los informes que se publiquen desde el 1 de julio de 2018 deben emplearse. Estos nuevos estándares conservan los conceptos y temas esenciales de la Guía GRI G4. Los nuevos estándares GRI tienen una característica de ser armónicos y estar interrelacionados, fueron elaborados para ser usados los mismos conjuntamente al momento de elaborar las Memorias de Sostenibilidad.

Dentro de los informes de sostenibilidad, el Informe Integrado, constituye un progreso, respecto de los mismos debido a que éste permite revelar no solo información voluntaria (no financiera), sino también información no voluntaria (información financiera), lo que se desea es generar valor para la

empresa emisora con una visión de largo plazo . El informe integrado nace en el año 2009 creado por el International Integrated Reporting Council (IIRC) por una iniciativa del Príncipe de Gales producto de diversas reuniones convocadas por éste con inversionistas de alto nivel, empresas, representantes de las Naciones Unidas, organismos normativos entre otros. Entre los organismos que participaron fueron la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y la Global Reporting Initiative (GRI).

Puede manifestarse que este informe ha sido considerado a partir del año 2010 como una de las formas que permiten mostrar de manera integral la situación de las empresas, mejorando de manera amplia la presentación de los informes financieros

Los mismos responden a las recomendaciones establecidas anteriormente basadas en la formalización de políticas de RSC que abarquen todos los impactos, su comunicación a los grupos de interés y, por último, la verificación externa de las mismas, esto último responde a un nuevo modelo de gestión por cuanto la RSC constituye un enfoque de gestión ético.

Resultados obtenidos

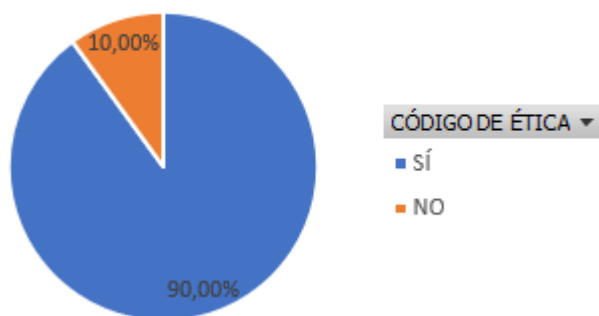
Del relevamiento de la información publicada en una muestra de setenta y cuatro empresas PyMEs que hacían oferta de títulos en la ByMA se han obtenido los siguientes resultados:

- El 4,05% de las empresas tienen código de ética. Estas pertenecen al sector industrial y de servicios.
- Ninguna de las empresas publica informes de sustentabilidad. El 29,73% revela información del impacto social y ambiental en sus páginas web o a través de redes sociales.

Del relevamiento de la información publicada por población de las veinte empresas listadas en el índice S&P Merval de agosto de 2023, se han obtenido los siguientes resultados:

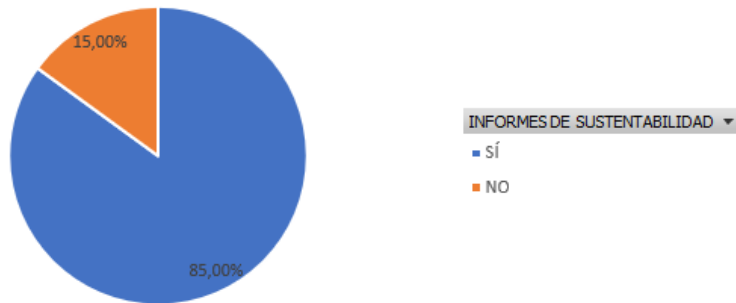
- El 90% de las empresas cuentan con código de ética.

¿Cuentan con código de ética?



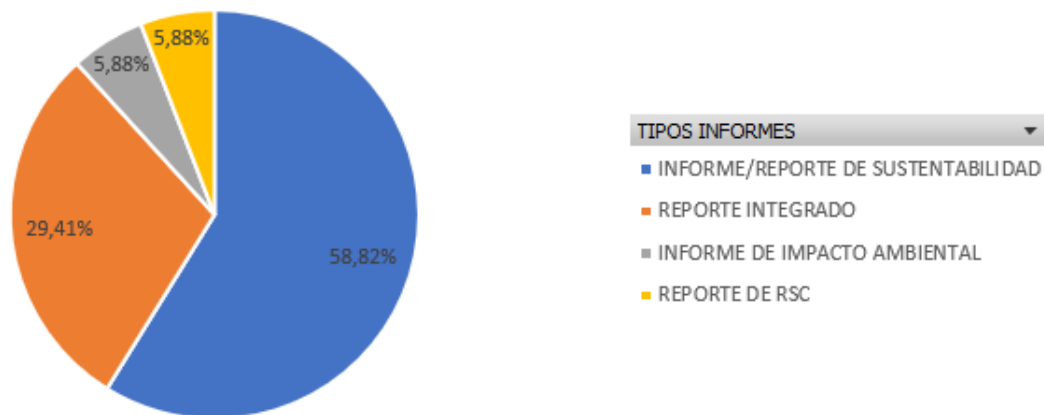
- El 85% publican informes de sustentabilidad.

¿Publican informes de sustentabilidad?



- El 58,82% publican informes o reportes de sustentabilidad, el 29,41% reportes integrados, el 5,88% informes de impacto ambiental y el 5,88% reportes de Responsabilidad Social Corporativa.

¿Qué informes publican?



- En las empresas de los sectores agropecuario, energético, finanzas y petróleo y gas, las empresas presentan informes o reportes de sustentabilidad.
- En las empresas de los sectores bancario y telecomunicaciones, presentan reportes integrados.
- En las empresas del sector financiero el 66,67% presentan reportes integrados y el 33,33% reportes de Responsabilidad Social Corporativa.
- En las empresas del sector industrial 66,67% presentan informes o reportes de sustentabilidad y el 33,33% informes de impacto ambiental.
- Ninguna presenta el Balance Social establecido en la Resolución Técnica 36 de la FACPCE. Todas siguen los lineamientos internacionales, utilizando como marco de referencia de GRI y IIRC.

Reflexiones finales

Revelar de manera adecuada las acciones de una organización que tienen impacto en los stakeholders internos y externos, es un nuevo paradigma de gestión que supone ventajas competitivas, como potenciar las relaciones con proveedores, ofrecer un conocimiento más amplio de la empresa a los clientes, innovar en productos y servicios al conocer las necesidades del consumidor desde otra perspectiva, motivar a los empleados desde un compromiso ético, descubrir ahorros en los costos energéticos y en la utilización de materias primas, y prevenir infracciones o futuros ajustes a la normativa laboral o ecológica, entre otros.

Dicha necesidad de información debe ser proporcionada no sólo por las grandes corporaciones sino, además, por las pequeñas y medianas empresas (PyMEs).

En relación con los instrumentos de transparencia de las políticas y prácticas de RSC pueden asumir distintas denominaciones y pueden tener distintos componentes según distintos países entre ellos se puede mencionar: los códigos de ética o conducta, el balance social, las memorias de sostenibilidad, los informes de sostenibilidad y los informes integrados.

Las empresas que hacen oferta pública de títulos en ByMA que pertenecen al panel líder, en su mayoría, analizan el impacto de sus actividades y revelan información al respecto a sus stakeholders. El 85% publica informes de sostenibilidad, mientras que el 15% no lo hace. Sin embargo, las empresas PyMes no publican informes de sustentabilidad, aunque el 4,05% de la muestra publica su código de ética y el 29,73% informa el impacto de sus acciones en sus páginas web y sus redes sociales.

El 58,82% de las empresas que hacen oferta pública de títulos en ByMA que pertenecen al panel líder presentan informes o reportes de sustentabilidad, siendo esta la herramienta preferida para revelar este tipo de información. Sin embargo, las empresas de los sectores bancario, telecomunicaciones y financiero prefieren publicar reportes integrados. Ninguna de estas empresas presenta su información de acuerdo a la RT36, sino que siguen lineamientos de normativa internacional.

Las organizaciones necesitan contar con un nuevo modelo de gestión basado en la sostenibilidad, proyecto estratégico al que suscribirán y adherirán sus miembros si creen y confían en él. Cuanto más difícil sea el contexto a enfrentar, mayor cohesión, compromiso y capacidad les demandará la sociedad.

Bibliografía

Aguiñaga y Badiola (2013). Global Reporting Initiative G4. Transitando hacia un nuevo marco de reporte. España. Deloitte y Co.

Aldeanueva, I. (2012) La responsabilidad social como elemento de cohesión en la integración en los sistemas de gestión. España .Revista de Dirección y Administración de Empresas N° 19.

Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) (2012). Resolución Técnica N° 36.

Fernández García, R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. España: Club Universitario.

Gray, R. (1995) Accounting and accountability: Changes and challenges in corporate social reporting and environmental reporting. Londres: Prentice Hall.

Global Reporting Initiative (GRI G4). (2013). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Principios y Contenidos Básicos.

Global Reporting Initiative (GRI G4). (2013). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Manual de Aplicación.

Global Reporting Initiative (GRI) (2016) Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance. Boston

International Integrated Reporting Council (IIRC) (2013a). The International IR Framework. Recuperado de: www.theiirc.org.

Lewis, S. (2003). Reputation and corporate responsibility. *Journal of Communication Management*, 7(4), 356-364.

Martínez Carazo, Piedad Cristina (2006) El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica Pensamiento & Gestión, núm. 20. Universidad del Norte Barranquilla, Colombia

Moneva, J.M., C. Marcuello, Ch. Marcuello y A. Bellostas (2004) “Accountability of Non-Profit Organizations: market competition, self regulation and social audit”. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*

Parra, C. (2010) Empresas con conciencia Barcelona, España: Viceversa.

Pérez Vega, Elena (2013). Guías G4 para la elaboración de memorias de sostenibilidad. España. Global Reporting Initiative.

Yin, Robert K. (2003).” Case Study Research, Desing and methods”, 3rdEdition.Thousand Oaks, Sage Publications, XVI, p 181.