



**Conferencia de las  
Naciones Unidas sobre  
Comercio y Desarrollo**

Distr.  
GENERAL

TD/B/COM.2/ISAR/20  
15 de agosto de 2003

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS

---

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO  
Comisión de la Inversión, la Tecnología  
y las Cuestiones Financieras Conexas  
Grupo de Trabajo Intergubernamental de  
Expertos en Normas Internacionales de  
Contabilidad y Presentación de Informes  
20º período de sesiones  
Ginebra, 29 de septiembre a 1º de octubre de 2003  
Tema 4 del programa provisional

**PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA REPERCUSIÓN  
DE LAS EMPRESAS EN LA SOCIEDAD: TENDENCIAS  
Y CUESTIONES ACTUALES**

**Informe de la secretaría de la UNCTAD**

**Resumen**

En los últimos años se ha observado una creciente preocupación por la repercusión que tienen las empresas en la sociedad. Ha habido numerosas iniciativas adoptadas por diversas partes interesadas para evaluar la repercusión social de las empresas y también iniciativas de estas empresas para informar al respecto.

En respuesta a estos hechos el Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes en su 18º período de sesiones distinguió la responsabilidad social de la empresa como una de las nuevas cuestiones en el ámbito de la transparencia empresarial que podía examinarse en futuros períodos de sesiones. Ello obedecía a la recomendación que había formulado en su 17º período de sesiones a la secretaría de la UNCTAD de que siguiera esforzándose por promover la presentación de informes de sostenibilidad, que incluyen los aspectos financieros, ambientales y sociales de las actividades de las empresas.

El presente documento ha sido preparado por la secretaría de la UNCTAD para facilitar el futuro examen por el Grupo de Trabajo Intergubernamental de la cuestión de la responsabilidad social de la empresa que vuelve a ser de actualidad, y sus consecuencias en lo referente a la contabilidad y la presentación de informes. El documento ofrece una reseña general de las definiciones de la responsabilidad social de la empresa utilizada con más frecuencia y de las principales iniciativas internacionales en la materia. Se analizan en él los factores importantes que regulan las relaciones de las empresas con la sociedad, como los códigos de conducta, el derecho internacional y nacional, las exigencias de buen gobierno de las empresas, el riesgo de reputación y la presión del público y de los inversores. Además, se resume la situación actual de la presentación de informes sociales de las empresas y las principales iniciativas adoptadas por diversas partes interesadas para definir un modelo adecuado de presentación de informes. Por último, se examinan algunas de las cuestiones con que se enfrentan quienes preparan los informes sociales y los utilizan, como por ejemplo el medio para la presentación, la finalidad, el formato y la comparabilidad de los informes sociales, y la importancia relativa y la verificación de los datos publicados en ellos.

## ÍNDICE

	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
INTRODUCCIÓN.....	1 - 4	4
I.  RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA.....	5 - 10	4
A.  Definición .....	5 - 7	4
B.  Pertinencia para quienes preparan y utilizan los informes de las empresas .....	8 - 10	5
II. FACTORES QUE REGULAN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS CON LA SOCIEDAD .....	11 - 31	6
A.  Principales iniciativas internacionales sobre la responsabilidad social de la empresa .....	11 - 12	6
B.  Códigos de conducta.....	13 - 14	7
C.  Derecho internacional y nacional .....	15 - 20	8
D.  Buen gobierno de las empresas.....	21 - 23	10
E.  Presión del público y riesgo de reputación .....	24 - 26	12
F.  Presión de los inversores.....	27 - 31	13
III. PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA.....	32 - 49	15
A.  Tendencias recientes en los informes sociales.....	34 - 41	15
B.  Iniciativas actuales de presentación voluntaria de informes empresariales .....	42 - 49	18
IV. PRINCIPALES CUESTIONES CON QUE SE ENFRENTAN QUIENES PREPARAN Y UTILIZAN LOS INFORMES.....	50 - 61	21
A.  Finalidad .....	50 - 51	21
B.  Comparabilidad de los informes .....	52 - 54	21
C.  Medios para la presentación de informes .....	55	22
D.  Importancia relativa .....	56 - 58	23
E.  Verificación .....	59 - 61	23
V.  CONCLUSIÓN .....	62 - 63	24
BIBLIOGRAFÍA.....		26

## INTRODUCCIÓN

1. La preocupación por la repercusión de las empresas en la sociedad es universal. Las expectativas de los consumidores, empleados, inversores, socios comerciales y comunidades locales en cuanto al papel de las empresas en la sociedad están aumentando. Se están elaborando directrices, principios y códigos para la conducta de las empresas.
2. Los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las comunidades locales exigen mayor transparencia y responsabilización, no sólo en las operaciones comerciales diarias de las empresas sino también con respecto a la manera en que dichas operaciones afectan a la sociedad. Con los recientes escándalos financieros y contables y sus efectos sobre los mercados de capitales y las pensiones estas preocupaciones se han agudizado.
3. A pesar de este interés generalizado, sigue siendo difícil evaluar la repercusión de una empresa en la sociedad e incluso más difícil aún establecer criterios de referencia. Los grupos interesados diseñan instrumentos de análisis comparado, las organizaciones profesionales efectúan auditorías sociales, los gobiernos legislan para imponer la obligatoriedad de los informes sociales, las agencias de calificación crediticia clasifican a las empresas y las propias empresas publican un número creciente de informes sobre su comportamiento social. Pese a estos numerosos esfuerzos, las partes interesadas no quedan satisfechas con los informes y exigen cada vez más información sobre la repercusión para las empresas en la sociedad y la manera en que la adaptan a las necesidades de la sociedad.
4. Estas numerosas solicitudes de información de parte de los inversores y de la sociedad civil imponen una carga creciente a las empresas, que se esfuerzan por responder a la demanda. Se reconoce cada vez más que una solución consistiría en un sistema armonizado para la presentación de informes de las empresas que produzca material de información completo, comparable y verificable para todos los interesados.

## I. RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

### A. Definición

5. La sociedad otorga a todas las entidades jurídicas, incluidas las empresas, una "licencia para operar", indicando sus derechos y obligaciones en leyes y reglamentos. La liberalización y la mundialización han permitido a las empresas extender el alcance de sus actividades, poniéndolas en situación de tener una repercusión aun mayor en la sociedad. Pese a la existencia a nivel internacional de tratados, acuerdos y convenciones, no existe ningún conjunto de normas internacionales que regulen las actividades empresariales y sus efectos en la sociedad. Ello significa que el mayor poder de las empresas debe ser compensado por una noción de prácticas comerciales éticas. En un mundo en que el poder económico de las empresas transnacionales es comparable al de los países<sup>1</sup>, a los gobiernos a veces les resulta difícil

---

<sup>1</sup> Las 800 mayores empresas no financieras del mundo influyen en el 50% de la producción mundial. Estimación del Swiss Observatoire de la Finance, <http://www.obsfin.ch>.

encontrar un equilibrio entre la necesidad de proteger a sus ciudadanos y la necesidad de atraer inversiones extranjeras directas<sup>2</sup>.

6. La responsabilidad social de la empresa va más allá de la filantropía. En la mayoría de las definiciones se describe como las medidas constitutivas por las que las empresas integran preocupaciones de la sociedad en sus políticas y operaciones comerciales, en particular preocupaciones ambientales, económicas y sociales. La observancia de la ley es el requisito mínimo que han de cumplir las empresas. En los países en que las obligaciones jurídicas de las empresas no existen o no se explican en detalle, es importante que éstas con todo se esfuercen por satisfacer las expectativas de la sociedad. El ámbito de la responsabilidad social de la empresa abarca tanto los efectos directos de las actividades empresariales como los efectos indirectos que puedan derivarse para la sociedad. Todavía se debate acerca de la medida en que las empresas puedan ser consideradas responsables de esas externalidades.

7. La responsabilidad social de la empresa está relacionada estrechamente con el concepto de "desarrollo sostenible". En 1987, en el Informe Brundtland, se indicó que el actual modelo de desarrollo económico no podía sostenerse a largo plazo, porque agotaba los recursos naturales y perjudicaba a la sociedad. Se definió como concepto de "desarrollo sostenible" un modelo de desarrollo "que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias"<sup>3</sup>. Este concepto de desarrollo sostenible depende de tres componentes esenciales: la protección del medio ambiente, el crecimiento económico y la equidad social. En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992 los dirigentes de más de 100 países aprobaron el Programa 21, un plan de trabajo para lograr el desarrollo sostenible en el siglo XXI. Los gobiernos que convinieron en aplicar dicho plan en sus países son supervisados por la Comisión de Desarrollo Sostenible del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. En el Programa 21 se señalaba que las empresas transnacionales desempeñaban una función crucial en el desarrollo social y económico de un país<sup>4</sup>.

### **B. Pertinencia para quienes preparan y utilizan los informes de las empresas**

8. Las expectativas de la sociedad provienen de un número creciente de grupos interesados, a saber accionistas, empleados, gobiernos, ONG, consumidores y comunidades locales en las que operan las empresas. No es posible formarse un juicio sobre lo que constituye un "comportamiento responsable" en un sector y lugar determinados sin un diálogo entre las partes interesadas y las empresas. La transparencia y la responsabilización son fundamentales para este diálogo. Dada la situación actual de desconfianza entre la sociedad y las empresas, las pretensiones de éstas de tener buen comportamiento se reciben con recelo si no están apoyadas por informaciones exhaustivas y verificables. La información fiel sobre las repercusiones de una empresa en la sociedad ayuda a restablecer la confianza al demostrar que la empresa está abierta

---

<sup>2</sup> ActionAid, "Unlimited companies", 2003.

<sup>3</sup> [http://www.doc.mmu.ac.uk/aric/eae/Sustainability/Older/Brundtland\\_Report.html](http://www.doc.mmu.ac.uk/aric/eae/Sustainability/Older/Brundtland_Report.html).

<sup>4</sup> <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/agenda21toc.htm>.

y se responsabiliza de los efectos de sus actividades. También facilita el diálogo y permite a los interesados detectar los problemas y encontrar soluciones aceptables para todas las partes.

9. Quienes utilizan los informes tradicionalmente son los directores del consejo de administración, los directores ejecutivos las autoridades de reglamentación, los prestamistas y los inversores. La responsabilidad social de la empresa está adquiriendo mayor pertinencia para ellos, ya que los inversores ejercen presión sobre los directores para que divulguen en sus informes los efectos de los gastos, riesgos y obligaciones ambientales y sociales en sus resultados financieros. A medida que aumentan los fondos de inversión socialmente responsables, se ejerce presión para que inviertan únicamente en empresas que puedan demostrar la integración de la responsabilidad social en sus operaciones. Dado que este tipo de información se está volviendo cada vez más importante para los inversores, las empresas deben poder informar sobre su comportamiento ambiental y social de manera comparable y verificable.

10. Rendir cuentas sobre el comportamiento ambiental y social también es fundamental para una buena gestión de estas cuestiones. Se ha sostenido que un mejor comportamiento ambiental equivale a una mayor eficiencia operacional y por tanto a un mayor valor para los accionistas<sup>5</sup>. La relación positiva entre comportamiento social y resultados financieros es más difícil de demostrar, pero diversas teorías administrativas procuran establecerla<sup>6</sup>. Por ejemplo, mejores condiciones de trabajo y una mayor participación de los empleados en la adopción de decisiones pueden contribuir a aumentar la productividad y la calidad de los productos y servicios. También se reduce así el ausentismo. Un medio de trabajo mejorado permite atraer y conservar al personal, particularmente el personal cualificado, con la consiguiente reducción de los gastos por movimiento, contratación y formación de personal. Los consumidores también son sensibles a la reputación de la empresa. Si dos empresas producen productos similares por el mismo precio, la que tenga una buena trayectoria social y ambiental podría lograr mayores ventas y una participación más amplia en el mercado. Por último, el comportamiento ambiental y social puede asumirse debidamente sólo si es sometido a una evaluación y comparación a lo largo del tiempo.

## **II. FACTORES QUE REGULAN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS CON LA SOCIEDAD**

### **A. Principales iniciativas internacionales sobre la responsabilidad social de la empresa**

11. A nivel internacional se han desarrollado trabajos para definir mejor los límites de la responsabilidad social de la empresa. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) han elaborado directrices para las empresas. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una coalición de organismos de las Naciones Unidas

---

<sup>5</sup> UNEP/Sustainability/Business Case, "Buried Treasure: Uncovering the business case for corporate sustainability", 2001.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

y de empresas que tiene por objeto promover algunas de estas directrices. Otras iniciativas comprenden la labor realizada a nivel de la Unión Europea, que aún es incipiente.

12. La existencia de un número cada vez mayor de convenios y directrices mundiales sobre la responsabilidad social de la empresa y la creciente toma de conciencia general de esta cuestión en los países desarrollados y en desarrollo ayudan a las empresas a integrar la responsabilidad social en sus actividades y operaciones cotidianas. El número y la diversidad de los grupos que elaboran estas iniciativas reflejan una gran creatividad, pero los grupos no están coordinados y generan así confusión. Por ejemplo, algunos grupos interesados conciben nuevos instrumentos sobre la responsabilidad social de la empresa que repiten instrumentos existentes y no trabajan en ciertos tipos de instrumentos que son los que más se necesitan pero nadie los tiene en cuenta. En un reciente estudio de iniciativas<sup>7</sup> se ha demostrado que se ha elaborado un sinfín de instrumentos para ayudar a las empresas a integrar la responsabilidad social en sus visiones, políticas y estrategias, pero casi ninguno para ayudarlas a informar de su repercusión en la sociedad. Ello ha generado confusión para las empresas, que se enfrentan con exigencias procedentes de tantas iniciativas.

### **B. Códigos de conducta**

13. No existe consenso en cuanto a si las normas de la responsabilidad social de la empresa deben ser voluntarias u obligatorias. Durante algún tiempo la autorreglamentación y los códigos de conducta, elaborados por las empresas para definir sus responsabilidades ambientales y sociales, se consideraron como la manera de avanzar en la responsabilidad social de la empresa. En el último decenio, la cantidad de códigos de conducta registró un aumento exponencial<sup>8</sup>. Sus normas se basan en códigos elaborados por organismos de las Naciones Unidas, la OIT, la OCDE, los gobiernos, la industria y grupos de partes interesadas. Sin embargo, los códigos elaborados por las empresas suelen ser de alcance y aplicación limitados y tienden a adoptarlos empresas para las que la marca de fábrica y la imagen son importantes. Muchas empresas han adoptado un código de conducta en reacción a las críticas del público de los mercados de los países desarrollados. Estos códigos con frecuencia se centran en cuestiones que interesan al bienestar de la población del país de origen y del país de acogida. Existe el peligro de que, si se aplican de manera uniforme, tengan efectos perjudiciales en algunas sociedades, debido a diferencias culturales y económicas fundamentales. También se puede argumentar que la falta de vigilancia de la aplicación de los códigos disminuye su utilidad en lo que se refiere a adaptar la manera en que las empresas realizan sus operaciones<sup>9</sup>.

14. La diferencia entre un código que no es sino una fachada de relaciones públicas y un código que permite tener un control real de las operaciones de la empresa reside en la

---

<sup>7</sup> Este estudio, efectuado a principios de 2003 por el Consejo empresarial mundial de desarrollo sostenible en nombre del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, aún no se ha publicado.

<sup>8</sup> OCDE, "Codes of Corporate Conduct: A Review of Their Contents", 2001. Este estudio de 246 códigos muestra una gran variedad de contenido y de grado de detalle en los códigos de conducta.

<sup>9</sup> UNRISD, "Voluntary Approaches to Corporate Responsibility", 2002.

transparencia y la efectividad de su aplicación y verificación. La mayoría de los códigos carecen de un mecanismo para la rendición de cuentas o el seguimiento<sup>10</sup>. El proceso más común a que se recurre -la firma de los ejecutivos- se utiliza en menos del 40% de los casos. Sólo en el 20% de los casos se contemplan mecanismos de denuncia y en menos del 15% una formación para el cumplimiento. El examen periódico por parte de los gerentes es efectivo en menos del 3% de los casos y la verificación externa es incluso menos frecuente<sup>11</sup>. Dados estos escasos resultados, se reconoce cada vez más que los códigos de conducta voluntarios no son suficientes para garantizar reglas de juego equitativas en la responsabilidad social de la empresa.

### C. Derecho internacional y nacional<sup>12</sup>

15. En los planos internacional y nacional el marco jurídico en relación con la responsabilidad social de la empresa está cambiando. El riesgo jurídico para las empresas con respecto a su repercusión en la población y el medio ambiente es cada vez mayor y tiene efectos directos en sus actividades. La percepción por los aseguradores e inversores de los riesgos jurídicos que enfrenta una empresa puede conducir a la imposición de primas de seguro más elevadas y a un mayor costo del capital. Las obligaciones potenciales pueden afectar a los precios de las acciones. En este contexto, las empresas deben evaluar y manejar este riesgo, y respaldar la aplicación universal de las normas mínimas acordadas a nivel internacional -por ejemplo, en la esfera de la protección del medio ambiente-, creando así reglas de juego equitativas.

16. El derecho internacional, por medio de los tratados, acuerdos, convenciones y casos de jurisprudencia, abarca cuestiones como la protección del medio ambiente, los consumidores y la salud, los derechos laborales y humanos, las prácticas comerciales equitativas y el buen gobierno de las empresas. En muchos convenios laborales y ambientales se considera a los países signatarios responsables de garantizar la aplicación de ciertos principios<sup>13</sup>. Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, si bien son voluntarias para las empresas, obligan políticamente a los países signatarios a establecer puntos nacionales de contacto mediante los cuales se puede investigar a las empresas por no cumplir las Directrices<sup>14</sup>. Sin embargo, los puntos nacionales de contacto aún no funcionan con eficacia. El número de iniciativas legislativas adoptadas está aumentando, a raíz de la presión del público.

---

<sup>10</sup> OCDE, "Making Codes of Corporate Conduct Work: Management Control Systems and Corporate Responsibility", 2001.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Este capítulo se deriva en gran medida del informe del Instituto Internacional para el Medio Ambiente y el Desarrollo sobre "Legal Issues in Corporate Citizenship", 2003.

<sup>13</sup> Los principales son los Convenios de la OIT sobre el trabajo, el Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos y su eliminación, el Convenio sobre la Diversidad Biológica, el Protocolo de Montreal relativo a las Sustancias que Agotan la Capa de Ozono, el Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono y la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación.

<sup>14</sup> <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-28-nodirectorate-no-11-37318-28,00.html>.



17. Algunas leyes nacionales se aplican a nivel internacional. La Ley de reclamación por agravios contra extranjeros de los Estados Unidos permite a los ciudadanos extranjeros presentar denuncias contra empresas transnacionales estadounidenses y empresas matrices extranjeras situadas en los Estados Unidos por actos que violen el derecho internacional o un tratado firmado por los Estados Unidos. Cada vez más los principios de responsabilidad civil también dan origen a litigios contra las empresas matrices de los grupos empresariales.

18. A nivel nacional, las leyes regulan las relaciones entre las empresas y la sociedad asegurando la protección de los accionistas y de otras partes interesadas, incluidos los empleados y los consumidores. Algunas iniciativas voluntarias en materia de responsabilidad social de la empresa, como los códigos de conducta que figuran en los contratos con los proveedores, pueden ser jurídicamente vinculantes como normas mínimas *de facto*. El etiquetado social y los procedimientos de certificación incorporados en los contratos de la cadena de producción y distribución se vuelven vinculantes<sup>15</sup>. Los códigos de conducta publicados, los informes de las empresas y los comunicados de prensa pueden ser examinados detenidamente en el marco de las leyes sobre falsa declaración. Los códigos de conducta y las declaraciones públicas sobre los valores de una empresa también pueden constituir una "obligación constructiva" porque indican que la empresa acepta ciertas responsabilidades, creando así una expectativa válida de parte de los interesados de que esas responsabilidades se cumplirán.

19. También se registran algunos acontecimientos legislativos en la esfera de la presentación de informes sociales. Ciertos gobiernos sienten la necesidad de mayor información y transparencia en la esfera de la responsabilidad social de la empresa. Sus exigencias son generalmente parciales en cuanto a cobertura y están relacionadas principalmente con el medio ambiente o el trabajo. Francia<sup>16</sup> y Bélgica<sup>17</sup> exigen a las empresas y sus filiales situadas en el territorio nacional que publiquen información estadística sobre su fuerza de trabajo y su fluctuación, la remuneración, las medidas de higiene y seguridad, las condiciones de trabajo, la formación, las relaciones laborales, las condiciones de vida y las medidas adoptadas en favor del empleo. Desde 2002 Francia también exige que todas las empresas cotizadas en el Premier Marché informen de las cuestiones de empleo, comunidad y medio ambiente, la manera como sus filiales respetan los convenios fundamentales de la OIT y como las empresas promueven esos convenios entre sus subcontratistas. Otros países, como Dinamarca, Noruega, Suecia y los Países Bajos, han introducido el requisito de la información ambiental para determinadas empresas<sup>18</sup>.

---

<sup>15</sup> Véase la Loi visant à promouvoir la production socialement responsable. Disponible en [http://www.cass.be/cgi\\_loi/legislation.pl](http://www.cass.be/cgi_loi/legislation.pl).

<sup>16</sup> [http://www.dgcl.interieur.gouv.fr/bases\\_juridiques/bilan\\_social/accueil\\_bilan\\_social.html](http://www.dgcl.interieur.gouv.fr/bases_juridiques/bilan_social/accueil_bilan_social.html).

<sup>17</sup> [http://www.bnb.be/BA/F/P1\\_00.htm](http://www.bnb.be/BA/F/P1_00.htm).

<sup>18</sup> P. Soctt, "Reporting all over the world", *Environmental Finance*, diciembre de 2000 a enero de 2001, págs. 36 y 37.

20. El Reino Unido está estudiando esta cuestión en el marco de la revisión de su derecho de sociedades<sup>19</sup>, aunque todavía no se ha adoptado una decisión. La propuesta actual se refiere a un examen operativo y financiero obligatorio, que abarcaría los objetivos de la empresa, su estrategia y los factores determinantes de su desempeño, un examen de las actividades, la dinámica de las actividades, el enfoque de la empresa con respecto a la gobernanza (valores y estructura), un informe de las relaciones fundamentales de que depende su éxito; las políticas y el comportamiento de la empresa en lo relativo a cuestiones ambientales, comunitarias, sociales, éticas y de reputación, y las sumas recibidas de los accionistas y las cantidades reembolsadas a éstos. La Ley de pensiones del Reino Unido de 1995<sup>20</sup> exige que los fondos de pensión publiquen "la medida en que se tienen en cuenta las consideraciones sociales, ambientales o éticas en la selección, retención y realización de inversiones". Alemania, Australia, Bélgica y Suecia han introducido o están introduciendo disposiciones en gran medida similares sobre la inversión socialmente responsable.

#### **D. Buen gobierno de las empresas**

21. Los recientes escándalos contables y administrativos, como han sido los casos de Enron, WorldCom, Tyco, Ahold y otras sociedades, han catapultado la cuestión de la gobernanza de las empresas a la cúspide de la agenda política y empresarial. El logro de una mejor gobernanza garantizaría que los dirigentes de la empresa son eficientes, honestos y responsables y que se responsabilizan de sus decisiones. Aunque las empresas todavía sostienen algunos, son responsables únicamente ante sus accionistas, en las directrices internacionales sobre el buen gobierno de las sociedades se reconoce cada vez más que las empresas deben tener en cuenta a todas las partes interesadas. Los principios del buen gobierno acordados entre los países de la OCDE -Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades-<sup>21</sup> disponen que el Consejo de Administración debe asegurar que la empresa cumpla la ley y tener en cuenta los intereses de los varios grupos de interés social, incluidos los empleados, los acreedores, los clientes, los proveedores y las comunidades locales<sup>22</sup>. Sin embargo, parece que no todos los consejos tienen en cuenta los intereses de los grupos de interés social al desempeñar sus funciones principales, que son dirigir la estrategia de la sociedad y establecer los objetivos de rendimiento. En un reciente estudio de 500 empresas del Reino Unido se observó que sólo cuatro de diez consejos examinan cuestiones sociales y ambientales, sólo un tercio tiene un miembro que se encarga de las cuestiones ambientales y sólo un quinto un miembro que se interesa en las cuestiones

---

<sup>19</sup> Departamento de Comercio e Industria del Reino Unido, "Modern Company Law: Final Report", 2001. Disponible en [http://www.dti.gov.uk/cld/final\\_report/index.htm](http://www.dti.gov.uk/cld/final_report/index.htm).

<sup>20</sup> [http://www.hmsso.gov.uk/acts/acts1995/Ukpga\\_19950026\\_en\\_1.htm](http://www.hmsso.gov.uk/acts/acts1995/Ukpga_19950026_en_1.htm).

<sup>21</sup> Entre otros importantes trabajos sobre este tema figuran el Informe del Comité Cadbury sobre los aspectos financieros de la gestión de las empresas, el Informe King sobre la gestión de las empresas para Sudáfrica y las Commonwealth Association for Corporate Governance Guidelines.

<sup>22</sup> OCDE, "Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades", 1999.

sociales<sup>23</sup>. Los consejos también tienen la responsabilidad de velar por que existan sistemas adecuados de control, en particular para vigilar los riesgos, como por ejemplo las posibles obligaciones ambientales y sociales.

22. La información es un asunto importante para los consejos de administración. Los miembros de los consejos deben tener acceso a una información exacta, oportuna y pertinente para apoyar sus decisiones. Asimismo han de supervisar el proceso de divulgación de información y de comunicación con las partes interesadas, que contribuye a mejorar la comprensión por el público de la estructura y las actividades de la empresa, las políticas y el comportamiento de ésta con respecto a las normas ambientales y éticas y su relación con las comunidades en que opera. Varias declaraciones, como los Principios de la OCDE, la Commonwealth Association for Corporate Governance Guidelines (CACG) (Directrices CACG)<sup>24</sup>, el Informe King sobre la gestión de las empresas 2002<sup>25</sup> y el informe del Grupo de Trabajo Intergubernamental titulado "Transparencia y publicación de información en el buen gobierno de las empresas" recalcan la importancia de la comunicación con las partes interesadas. Recomiendan que las empresas publiquen información financiera y no financiera, como las políticas sobre la ética comercial y el medio ambiente, las estructuras de gestión relativas a esas políticas, los factores de riesgo previsible, las cuestiones relativas a los empleados y demás interesados, el comportamiento en relación con la responsabilidad ambiental y social y la repercusión de ese comportamiento en la sostenibilidad de la empresa.

23. Algunas de las principales bolsas de valores exigen o están considerando la posibilidad de exigir la publicación de datos no financieros sobre las políticas sociales y ambientales de las empresas cotizadas y los sistemas de gestión conexos, así como sobre la gobernanza de las empresas. La Bolsa de Valores de Australia exige a todas las entidades que incluyan en su informe anual una declaración en que publiquen la medida en que la empresa ha seguido la práctica óptima establecida por el consejo de gobernanza empresarial de la Bolsa de Valores de Australia<sup>26</sup>. La Bolsa de Valores de Nueva York presentó a la Comisión de Bolsa y Valores en abril de 2003 una norma por la que enmienda sus propuestas sobre la gobernanza empresarial, que comprende nuevas normas al respecto<sup>27</sup>. Estas recomendaciones están siendo examinadas actualmente por la Comisión de Bolsa y Valores.

---

<sup>23</sup> IPPR, "What's on the agenda? How UK directors contribute to social and environmental objectives", 2002. Disponible en <http://www.ippr.org/publications/index.php?book=318>.

<sup>24</sup> <http://www.combinet.net/governance/finalver/cacg.htm>.

<sup>25</sup> <http://www.cliffedekker.co.za/literature/corpgov/index.htm>.

<sup>26</sup> <http://www.shareholder.com/visitors/dynamicdoc/document.cfm?CompanyID=ASX&DocumentID=364&pagenum=1&keyword=Type%20keyword%20here>.

<sup>27</sup> [http://www.nyse.com/pdfs/corp\\_recommendations\\_nyse.pdf](http://www.nyse.com/pdfs/corp_recommendations_nyse.pdf).

### E. Presión del público y riesgo de reputación

24. La aparición de ONG poderosas, asociada a los avances en la esfera de la tecnología de la información, permite que los casos de irresponsabilidad social figuren en primera plana, incrementándose así el riesgo para la reputación de las empresas. La comunidad empresarial reconoce que la reputación es un activo valioso, porque afecta a la relación de la empresa con sus clientes, empleados e inversores. Los gerentes deben tener en cuenta que todo ilícito cometido en cualquier lugar del mundo puede ser transmitido a una audiencia mundial y repercutir en las ventas, la participación en el mercado, el movimiento de personal, el acceso a capital y la valoración de su empresa en el mercado. Evaluar y manejar el riesgo de reputación es especialmente importante, dado que una buena reputación puede quedar manchada fácilmente y es difícil de restablecer. La pérdida de reputación de Arthur Andersen tras el escándalo de Enron le costó a la empresa su propia existencia.

25. Muchas de estas ONG exigen transparencia y responsabilización a las empresas. Uno de los ejemplos más destacados es la International Right to Know Campaign, coalición basada en los Estados Unidos de más de 200 organizaciones que se ocupan de cuestiones de medio ambiente, trabajo, justicia social y derechos humanos. Esta campaña exige a las empresas radicadas en los Estados Unidos o cuyas acciones se comercian en las bolsas de valores estadounidenses, así como a sus filiales extranjeras y a sus principales contratistas, que publiquen información sobre sus operaciones en el extranjero de conformidad con la Ley de los Estados Unidos de planificación de emergencia y derecho de la comunidad a saber (EPCRA) y otras normas estadounidenses sobre publicación de información<sup>28</sup>.

26. La campaña Publish What You Pay, iniciada por George Soros y una coalición de 110 ONG, pide que los gobiernos, las autoridades de reglamentación de los mercados de valores y las normas internacionales sobre contabilidad exijan a las empresas internacionales de los sectores del petróleo, el gas y la minería que publiquen los impuestos, los derechos, las regalías y otros pagos netos hechos a los gobiernos de los países en que operan. Los gobiernos del Grupo G8 convinieron en junio de 2003 en dirigir esa iniciativa<sup>29</sup>. En la audiencia pública del Parlamento Europeo sobre la campaña Publish What You Pay celebrada en junio, la Comisión de Desarrollo y Cooperación declaró su apoyo a la transparencia obligatoria de los pagos hechos por las empresas petroleras, de gas y mineras a los gobiernos nacionales<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> "International Right To Know: Empowering Communities Through Corporate Transparency", AFL-CIO, Amnesty International USA, EarthRights International, Friends of the Earth, Global Exchange, Oxfam America, Sierra Club, Working Group on Community Right to Know, 2003. Disponible en <http://www.irtk.org/irtkreport.pdf>.

<sup>29</sup> "Fostering Growth and Promoting a Responsible Market Economy: A G8 Declaration", 2003, Evian. Disponible en <http://www.g7.utoronto.ca/summit/2003evian/growth.html>.

<sup>30</sup> <http://www.publishwhatyoupay.org>.

## F. Presión de los inversores

27. Los inversores institucionales, sea por razones éticas o porque les interesa la capacidad de sus inversiones para crear y preservar el valor de los accionistas, prestan cada vez más atención al comportamiento social y ambiental de las empresas y la gestión de riesgos. Un reciente estudio de la relación entre un comercio ético y los resultados financieros mostró que las empresas que llevaban una conducta ética tenían mejores resultados financieros a largo plazo que las que carecían de esa conducta<sup>31</sup>. Las decisiones de inversión se basan en los informes de las empresas, el examen de los criterios sociales y ambientales hecho por las agencias de calificación crediticia y los índices de sostenibilidad como el Índice Social KLD Domini 400, el Índice de Sostenibilidad Dow Jones o el Índice FTSE4GOOD. Estos índices siguen los resultados financieros de las empresas que han hecho de la sostenibilidad un factor determinante de su estrategia comercial.

28. El comportamiento de los índices de sostenibilidad indica que los inversores valoran más las empresas que están menos expuestas a riesgos sociales, ambientales y éticos. El Índice Social Domini 400, que sigue el desempeño de 400 empresas estadounidenses, desde que se creó en mayo de 1990, se ha comportado mejor que el Índice Standard & Poor 500, superándolo en más del 1% en el rendimiento analizado y el rendimiento ajustado por riesgo<sup>32</sup>. El Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI), que sigue el desempeño de 310 de las mayores empresas de 23 países, ha crecido en un 180% desde 1993 en comparación con el crecimiento de 125% registrado por el Índice Mundial Dow Jones en el mismo período<sup>33</sup>. Desde su creación en 1994 también ha superado en 17% el Índice Mundial FTSE<sup>34</sup>.

29. La cantidad y el volumen de los fondos de inversión éticos están aumentando, aunque siguen representando una pequeña proporción del capital total en acciones administrado. La inversión socialmente responsable es una tendencia creciente que une a los inversores que desean obtener de sus inversiones un rendimiento financiero y también social. Los activos totales colocados en la inversión social pasaron de 40.000 millones de dólares en 1984 a 639.000 millones en 1995 y a más de 2,34 billones de dólares en 2001. En los Estados Unidos la inversión socialmente responsable aumentó entre 1999 y 2001, en un mercado que de otro modo estaba deprimido. Mientras que en los nueve primeros meses de 2001 la cantidad total invertida en fondos mutuos cayó un 94%, la caída sólo fue del 54% en el caso de los fondos con criterios sociales<sup>35</sup>. En Europa occidental, la inversión socialmente responsable ha alcanzado un crecimiento del 100% en los últimos años, aunque sigue representando menos del 1% del total de

---

<sup>31</sup> Institute of Business Ethics, "Does Business Ethics Pay?", 2003.

<sup>32</sup> <http://www.domini.com/Social-Screening/Non-US-Operations/index.htm>.

<sup>33</sup> <http://www.sustainability-indexes.com>.

<sup>34</sup> J. Fuller, "Banking on a good reputation", FTfm 21 July 2003, p.6.

<sup>35</sup> Social Investment Forum, "Report on socially responsible investing trend in the United States", 2001.

capital en acciones administrado<sup>36</sup>. La tendencia en los fondos de la inversión socialmente responsable es pasar de una selección de cartera de inversiones atendiendo a criterios negativos (es decir, la exclusión del tabaco, el alcohol, las armas, etc.) a una selección con criterios positivos en virtud de la cual los inversores apoyan a las empresas que producen o utilizan productos o métodos de producción ecológicamente adecuados y mantienen prácticas comerciales socialmente responsables. Muchos de estos métodos de selección tienen en cuenta los principios acordados internacionalmente, como las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, la Declaración Universal de Derechos Humanos y los Principios de la OIT<sup>37</sup>.

30. La presión de los inversores puede adoptar formas distintas de la investigación selectiva. El activismo de los accionistas es otra táctica que está en aumento. Como propietarios parciales de empresas comercializadas públicamente los accionistas pueden entablar un diálogo con los gerentes mediante cartas o reuniones y presentar resoluciones. Las resoluciones de accionistas son propuestas presentadas por los accionistas, individualmente o en grupo, que se debaten y sobre las que se vota en la reunión anual de la empresa. Las propuestas tienen que contar con el 50% de los votos para que la dirección las ponga en práctica. Las resoluciones relacionadas con cuestiones sociales o ambientales generalmente no logran ese resultado, pero contribuyen a crear conciencia, a atraer la atención de los medios informativos y a acrecentar la presión en los directores ejecutivos<sup>38</sup>. Es difícil evaluar los efectos de las resoluciones de los accionistas porque las empresas pueden decidir hacer efectivos los cambios propuestos por éstos sin reconocer la presión a que se han visto sometidas para hacerlo<sup>39</sup>.

31. Los bancos también están empezando a tener en cuenta el riesgo de reputación. Cuatro grandes bancos -ABN Amro, Barclays, Citibank and WestLB- han redactado los "Equator Principles" sobre la financiación de proyectos en colaboración con la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial. Estos principios son directrices sociales y ambientales para la financiación de proyectos en los mercados emergentes e incluyen salvaguardias sobre cuestiones que van de la evaluación ambiental y los hábitat naturales a los pueblos indígenas y el trabajo infantil y forzado. Otros cinco bancos<sup>40</sup> han aceptado recientemente adherirse a esos principios, mientras que otros cuatro todavía están estudiando esta posibilidad<sup>41</sup>.

---

<sup>36</sup> M. Kiernan, "Making SRI mainstream", 2003.

<sup>37</sup> <http://www.socialfunds.com/education/index.cgi>.

<sup>38</sup> <http://www.foe.org/international/shareholder/index.html>.

<sup>39</sup> Véase <http://www.socialfunds.com/news/print.cgi?sfArticleId=982>.

<sup>40</sup> Crédit Lyonnais, Credit Suisse First Boston, Westpac Banking Corporation, Rabobank y HVB.

<sup>41</sup> D. Sevastopulo, "Banks adopt 'Equator Principles'", *Financial Times*, 4 de junio de 2003.

### III. PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

32. Se presiona cada vez más a las empresas para que informen sobre la repercusión que tienen en la sociedad y el modo en que la gestionan. Esos informes tienen distintas denominaciones, pero la mayoría de las veces se definen como informes ambientales y/o sociales, o informes de sostenibilidad. Un informe de sostenibilidad es más completo que un informe ambiental y/o social, en primer lugar porque incluye el efecto económico de las organizaciones y en segundo lugar porque no sólo evalúa la repercusión de la empresa en la sociedad y compara su comportamiento a lo largo del tiempo, sino que también evalúa la sostenibilidad de las operaciones y productos de la empresa en relación con el desarrollo de la sociedad.

33. Dada la abundante labor realizada por el Grupo de Trabajo Intergubernamental y otras organizaciones en lo que respecta a la contabilidad y la presentación de informes ambientales, este documento se centrará en los componentes sociales de los informes.

#### A. Tendencias recientes en los informes sociales

34. La contabilidad social moderna llamó por primera vez la atención de los gobiernos, empresas, profesores universitarios y órganos contables profesionales en la primera mitad del decenio de 1970<sup>42</sup>. Este interés generalizado disminuyó durante la segunda mitad de ese decenio, sólo para resurgir tras desastres ecológicos como el de Bhopal y el del Exxon Valdez. Las empresas han publicado un número cada vez mayor de informes ambientales a lo largo de los últimos diez años. Aunque las empresas con un mayor impacto en el medio ambiente estuvieron entre las primeras en informar sobre su comportamiento ambiental, otras empresas han comenzado de forma gradual a elaborar informes ambientales. Esta tendencia, provocada por la preocupación pública acerca del medio ambiente, se ha visto respaldada por la elaboración de leyes y reglamentos que exigen a las empresas que informen sobre su comportamiento ambiental en países como, por ejemplo, Australia, el Canadá, Dinamarca, los Estados Unidos de América, Noruega, los Países Bajos y Suecia. A principios del decenio de 1990 se elaboraron muchas directrices sobre la estructura y el contenido de los informes ambientales. El Grupo de Trabajo Intergubernamental publicó directrices para la contabilidad y la presentación de informes financieros sobre costos y obligaciones ambientales, basadas en las mejores prácticas, para garantizar que las entidades normativas no adoptan soluciones diferentes para los mismos problemas. El Grupo de Trabajo Intergubernamental también creó un conjunto de cinco indicadores de eficiencia ecológica para contribuir a armonizar a nivel internacional la evaluación del modo en que el comportamiento ambiental afecta a los resultados financieros de una empresa. Organizaciones internacionales como el Comité de Prácticas Internacionales de Auditoría de la Federación Internacional de Contables, el Foro Consultivo de Contabilidad de la Unión Europea y la Federación Europea de Contadores investigaron la relación entre la presentación de informes ambientales y la de informes financieros<sup>43</sup>. A pesar de la tendencia

---

<sup>42</sup> R. Gray, "Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: A personal perspective", 2000.

<sup>43</sup> KPMG, "International Survey of Environmental Reporting 1996", 1997.

general hacia la adopción de un formato uniforme para la presentación de informes, la diversidad de éstos es tal que el establecimiento de criterios resulta aún difícil.

35. Durante los últimos cinco años, otros aspectos sociales se han sumado a las cuestiones ambientales. Hoy en día, los informes ambientales representan el 64% del total de los informes sociales. De nuevo, esta evolución ha sido consecuencia de la preocupación de las partes interesadas y se apoya en un número cada vez mayor de leyes, reglamentos y directrices. Un estudio de las 250 mayores empresas en el mundo y de las 100 mayores empresas en 19 países muestra que son menos de 500 las que realizaron un informe ambiental, social o de sostenibilidad en 2002<sup>44</sup>. Ello representa menos del 1% de las 65.000 empresas transnacionales en el mundo.

36. La presentación de informes no se limita a los sectores de gran impacto como el químico o el minero, sino que también se da en la mayoría de los sectores económicos, incluidos los de alimentación y bebidas, comunicación y medios de difusión, transportes, y servicios públicos. La presentación de informes sociales no está restringida a Europa occidental y América del Norte, sino que también está surgiendo en América Latina, Europa oriental, África y Asia.

37. Las empresas de economías emergentes que informan sobre cuestiones ambientales y sociales dicen que lo hacen por su compromiso con la transparencia y la responsabilización, y porque medir su repercusión en la sociedad les ayuda a gestionarla. Esas empresas reciben menos presión de los gobiernos e inversores nacionales para que presenten informes que las que tienen sede en países occidentales. Algunas incluso se quejan de no recibir ninguna información sobre los resultados por parte de las organizaciones de la sociedad civil en sus propios países, aunque comparten esta queja con las empresas basadas en países occidentales. La falta de presión de los gobiernos de los países en desarrollo también beneficia a las filiales de las empresas transnacionales, de las cuales sólo unas pocas informan sobre sus compromisos locales y su repercusión en las comunidades locales. La presión externa para presentar informes proviene principalmente de las autoridades de los mercados de valores de Europa y de América del Norte y de los fondos socialmente responsables<sup>45</sup>.

38. El contenido y la calidad de los informes sociales varían considerablemente, desde instrumentos de relaciones públicas hasta informes sofisticados que representan esfuerzos reales por integrar las preocupaciones de la sociedad en las operaciones comerciales cotidianas<sup>46</sup>. Una evaluación reciente de la calidad de 100 informes sociales de todo el mundo llega a la conclusión de que aunque el promedio de páginas haya aumentado en un 45%, la calidad de los informes no ha mejorado en comparación con el nivel de 2000<sup>47</sup>. El contenido de los informes

---

<sup>44</sup> KPMG, "International Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002.

<sup>45</sup> SustainAbility/UNEP, "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002.

<sup>46</sup> KPMG, UNEP/SustainAbility, ACCA, PricewaterhouseCoopers y otros han realizado una serie de evaluaciones de informes sociales. Véase bibliografía.

<sup>47</sup> SustainAbility/UNEP, "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002.



sociales se analiza por lo general en relación con cuestiones económicas, ambientales y sociales. Los informes sobre los resultados económicos comprenden salarios y prestaciones, productividad, creación de empleo, contratación externa, investigación y desarrollo, e inversiones en formación y otras formas de capital humano -todo cuantificable. Las cuestiones ambientales incluyen el efecto de los procesos de producción, productos y servicios en el aire, la tierra, la biodiversidad y la salud humana. La calidad de los informes sobre cuestiones ambientales, gracias a la existencia de diversos instrumentos reconocidos de medición ambiental, como los indicadores de la eficiencia ecológica del Grupo de Trabajo Intergubernamental, en general es superior a la calidad de los informes sobre cuestiones sociales.

39. Por lo general las cuestiones sociales abarcan la higiene y seguridad en el lugar de trabajo, la satisfacción de los empleados y la filantropía de las empresas, así como derechos laborales y humanos, la diversidad de la fuerza de trabajo y las relaciones con los proveedores. En la publicación de información en materia social a menudo se adopta un enfoque interno, con datos sobre los empleados, la higiene y seguridad, y estudios del personal que se suelen comunicar más a menudo que los datos relativos a la comunidad local y a las cuestiones más generales relacionadas con la sociedad<sup>48</sup>. En lo que respecta a las cuestiones sociales para las que resulta más difícil establecer un sistema cuantificable de medición del comportamiento, la presentación de informes continúa siendo escasa y cualitativa. Por ejemplo, sólo una minoría de informes trata de los derechos humanos, las relaciones con los proveedores, el trabajo infantil, la libertad de asociación, la negociación colectiva, el comercio equitativo, el horario de trabajo, el empleo de los nacionales del país, la cantidad de impuestos y el lugar donde se pagan, y la financiación de los planes de pensiones. Siempre y cuando no amenacen la competitividad de la empresa, la divulgación de estas cuestiones sería de gran interés para los empleados, los clientes, los gobiernos de los países que acogen a las empresas y los inversores socialmente responsables.

40. Algunas empresas informan sobre el diálogo con las partes interesadas, lo que por lo general consiste en incluir en su informe las declaraciones de las partes interesadas -algunas veces negativo, pero casi siempre positivo-, los estudios del personal, los grupos y foros comunitarios<sup>49</sup>. Sin embargo, la mayoría de las empresas parecen considerar el diálogo con partes interesadas como un fin en sí mismo, y rara vez los informes muestran un vínculo entre el compromiso de los interesados y los procesos de toma de decisiones por parte de las empresas.

41. A pesar de la ausencia de normas internacionalmente aceptadas que garanticen los informes sociales, las empresas solicitan cada vez más seguridad externa para sus informes. En 2002, un importante número de informes fue verificado por una entidad tercera -un 29% y

---

<sup>48</sup> Según el estudio de KPMG, en los informes sobre las 250 mayores empresas del índice de la revista *Fortune* se abordan cuestiones sociales en la proporción siguiente: participación de la comunidad, 97%; higiene y seguridad, 91%; igualdad de oportunidades/diversidad de la fuerza de trabajo, 88%; satisfacción de los empleados, 67%; derechos humanos, 55%; relaciones con los proveedores, 39%; trabajo infantil, 36%; libertad de asociación, 27%; comercio equitativo/desarrollo internacional, 18%; corrupción, 15%.

<sup>49</sup> KPMG, "International Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002.

un 27% del índice de las 250 y las 100 mayores empresas de la revista *Fortune* respectivamente y en el 65% de los casos una gran empresa de contabilidad llevó a cabo la verificación<sup>50</sup>.

## **B. Iniciativas actuales de presentación voluntaria de informes empresariales**

42. Constantemente aparece un número cada vez mayor de iniciativas destinadas a evaluar la repercusión de las empresas en la sociedad. Las consultoras especializadas ofrecen sus servicios a las empresas que desean elaborar un informe social. Todas las metodologías que utilizan estas consultoras son distintas, lo que garantiza la competencia entre ellas. Grupos de interesados, además de agencias de calificación crediticia y entidades que publican los índices de sostenibilidad, han desarrollado muchos programas de parámetros para la medición de los resultados de la responsabilidad social de la empresa y están abrumando a las empresas con cuestionarios. Un estudio reciente de empresas europeas muestra que aunque más del 80% de quienes mantienen relaciones con los inversores creen que la presentación de informes sobre la responsabilidad social de la empresa constituye una parte esencial de un buen programa de relaciones con los inversores y el 75% de ellos opina que la responsabilidad social de la empresa es importante tanto en los mercados alcistas como en los bajistas, la inmensa mayoría reconoce que el agotamiento que produce cumplimentar los cuestionarios constituye un problema real<sup>51</sup>. Las empresas están solicitando que se uniformice la información que se les pide.

43. Algunas iniciativas de las partes interesadas, que por lo general incluyen a representantes del sector privado, pretenden establecer marcos e indicadores para la presentación de informes que podrían ayudar a armonizar los requisitos de información. Aunque contribuyan de forma individual a definir ciertas esferas de la presentación de informes sociales, su diversidad y su reducido alcance obstaculizan el establecimiento de formatos y contenidos uniformes. Se trata, entre otras, de la Iniciativa mundial de presentación de informes, el Proyecto de presentación de informes de sostenibilidad del Consejo empresarial mundial de desarrollo sostenible, la Iniciativa de presentación de informes sobre el impacto de las empresas del movimiento Business in the Community (BITC) y la serie de AccountAbility's AA1000. Dado que el propósito de este informe es examinar de manera más especial las iniciativas recientes que se concentran en los aspectos sociales de la presentación de informes, no se incluyen aquí las iniciativas sobre presentación de informes ambientales.

44. Las directrices de la Iniciativa mundial de presentación de informes<sup>52</sup> contienen principios para la presentación de informes que se han de seguir en su preparación, especifican el contenido de los informes y sugieren indicadores para su presentación, incluidos 50 indicadores ambientales, sociales y económicos básicos y 47 adicionales. Los indicadores "básicos" se consideran importantes para la mayor parte de las empresas y pertinentes para la mayoría de las partes interesadas.

---

<sup>50</sup> *Ibíd.*

<sup>51</sup> Investors Relations Society, <http://www.ir-soc.org.uk>.

<sup>52</sup> <http://www.globalreporting.org/>.

45. Como la Iniciativa mundial de presentación de informes se ha empeñado en ser lo más inclusiva posible en sus deliberaciones, cualquier parte interesada y comprometida pudo unirse a ella y participar en el desarrollo de las directrices. Por consiguiente, ha resultado difícil limitar el número de indicadores. En cada órgano técnico y de gobierno de la Iniciativa representantes de las empresas, la sociedad civil, la contabilidad y el trabajo de distintas regiones -aunque participaron pocos países en desarrollo.

46. El número y la diversidad de indicadores han planteado cuestiones en la comunidad empresarial sobre el costo de producir un informe de conformidad con las directrices<sup>53</sup>. Como resultado, la mayoría de quienes se encargan de preparar los informes en el marco de la Iniciativa Mundial de Presentación de Informes optan por usar los indicadores que consideran más importantes. Varios indicadores representan en realidad una mera divulgación de políticas y prácticas. Aparte del problema evidente de exhaustividad y comparación que ello plantea, el hecho de que no todos los indicadores seleccionados tengan un vínculo claro con el desarrollo sostenible o incluso con el comportamiento permite a las empresas que utilicen las directrices para producir informes que no aborden sus efectos en la sociedad. También hay empresas que argumentan que existe el peligro de que se divulgue información sensible de dominio privado mediante algunos de los indicadores. En respuesta a estas críticas, la Iniciativa responde que las directrices siguen en evolución. La Iniciativa aprende de su propia experiencia y de los comentarios de los interesados, y el desarrollo de normas sectoriales está clasificando su enfoque. Hasta la fecha, 290 organizaciones hacen referencia a las directrices en sus informes, pero sólo 8 presentan informes "de conformidad" con las directrices<sup>54</sup>. Esas referencias

---

<sup>53</sup> En términos comparativos, una PYMES que solicite un listado público en Alemania tendría que pagar al menos 100.000 dólares de los EE.UU. para producir la información financiera necesaria, la mayor parte de la cual ya se encontraría en sus libros. Si las PYMES tuvieran asimismo que reunir información no financiera, los costos serían prohibitivos, en particular porque todavía no se ha acordado ninguna metodología y las empresas deben ocuparse ellas mismas de recopilar sus indicadores e informar sobre ellos.

<sup>54</sup> Las organizaciones que deseen declarar que sus informes han sido elaborados de conformidad con la edición de 2002 de las Directrices de la Iniciativa mundial de presentación de informes deben cumplir cinco condiciones:

- 1) Informar sobre los elementos enumerados en las secciones 1 a 3 de la parte C.
- 2) Incluir un índice del contenido de la Iniciativa mundial de presentación de informes tal y como se especifica en la sección 4 de la parte C.
- 3) Responder a cada indicador básico de la sección 5 de la parte C a) informando acerca del indicador, o b) explicando el motivo de la omisión de cada indicador.
- 4) Garantizar que el informe es compatible con los principios enunciados en la parte B de las Directrices.
- 5) Incluir la declaración siguiente, firmada por el Consejo de Administración o el Director General Ejecutivo: "Este informe se ha elaborado de conformidad con las Directrices de 2002 de la Iniciativa mundial de presentación de informes. Ofrece una

representan otro peligro en el sentido de que las empresas podrían hacer creer a los destinatarios de manera equivocada que cumplen las directrices.

47. Otras iniciativas tienen un alcance menos amplio y abordan sólo un aspecto particular de la presentación de informes sociales. Por ejemplo, el Consejo empresarial mundial de desarrollo sostenible<sup>55</sup>, organización que representa a la comunidad empresarial internacional, dirige el proyecto de presentación de informes de sostenibilidad que ha dado lugar al desarrollo de una plataforma de presentación de informes basada en la Web para orientar a las empresas miembros cuando recopilen los informes de desarrollo sostenible. Los usuarios de esta plataforma pueden encontrar orientación sobre presentación de informes, supervisión y medición, así como un inventario de informes de prácticas óptimas, que incluye informes de la triple cuenta de resultados, éticos y sociales, ambientales, y de higiene y seguridad. Sin embargo, este instrumento no ofrece ningún marco para la presentación de informes. Dado que esta iniciativa informa al usuario sobre lo que hace un número limitado de empresas que presentan informes en lugar de prescribir un método específico de elaboración, puede generar más variedad de presentación entre quienes realizan los informes.

48. Business in the Community (BITC) es una organización sin fines de lucro con sede en el Reino Unido que cuenta con unos 700 miembros, incluidas 75 de las 100 empresas del índice FTSE del Reino Unido<sup>56</sup>. Su proyecto de presentación de informes sobre el impacto de las empresas recomienda un conjunto de 55 indicadores básicos mediante los cuales puede medirse la repercusión de una empresa en la sociedad. Se procuró incluir información que sea esencial. Los indicadores se subdividen en conjuntos de indicadores relacionados con el mercado, el medio ambiente, el lugar de trabajo, la comunidad y los derechos humanos y se acompañan de un marco para medir e informar sobre prácticas comerciales responsables. BITC subraya que esta metodología de presentación de informes ilustra acerca de las actividades y el comportamiento de las empresas en materia de responsabilidad social, pero no permite la comparación o el establecimiento de parámetros. Varias empresas han criticado algunos de los indicadores básicos por no guardar pertinencia con sus sectores particulares, y hasta el momento tan sólo 20 empresas con sede en el Reino Unido participan en esta iniciativa.

49. El Institute of Social and Ethical Accountability (o AccountAbility) es una organización con sede en el Reino Unido<sup>57</sup>. Entre sus miembros hay empresas, ONG, escuelas de negocios y proveedores de servicios. Promueve prácticas óptimas en la contabilidad, auditoría y presentación de informes en materia social y ética, y elabora normas y procedimientos de acreditación. La serie AA1000 es un instrumento para la contabilidad, auditoría y presentación de informes en materia social y ética. El Marco AA1000 se creó en 1999 para orientar sobre el modo en que una organización puede mejorar su responsabilización y establecer un compromiso

---

presentación equilibrada y razonable del comportamiento económico, ambiental y social de nuestra organización".

<sup>55</sup> <http://www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBCSD4/layout.asp?MenuID=1>.

<sup>56</sup> <http://www2.bitc.org.uk/index.html>.

<sup>57</sup> <http://www.accountability.org.uk/>.

eficaz de las partes interesadas. Mediante la formación y el diálogo, se alienta a las empresas a definir objetivos y metas, medir el progreso realizado en función de esos objetivos, comprobar e informar sobre sus resultados, y desarrollar mecanismos de retroinformación. El Marco AA1000, ahora denominado serie AA1000, se amplió en 2002 para incluir módulos especializados para los profesionales en el ámbito de la responsabilización, como los que versan sobre garantías. Sin embargo, la serie AA1000 aún no ha sido reconocida por las entidades normativas internacionales.

#### **IV. PRINCIPALES CUESTIONES CON QUE SE ENFRENTAN QUIENES PREPARAN Y UTILIZAN LOS INFORMES**

##### **A. Finalidad**

50. Las personas que preparan informes pueden dividirse en dos grupos. En el primero se encuentran quienes aplican directrices internacionales relativas a la responsabilidad social de la empresa (véase "Principales iniciativas internacionales sobre la responsabilidad social de la empresa" *supra*) para definir el contenido de sus informes sociales o solicitan la ayuda de auditores o consultores profesionales que se ocupen en hacer del informe un instrumento de supervisión y gestión. El segundo grupo está compuesto por los que contratan de forma externa a consultores especializados en comunicación para realizar esos informes. Cada vez más empresas ofrecen servicios de elaboración de informes.

51. La metodología utilizada para elaborar un informe social podría constituir un indicador del grado de compromiso de las empresas para utilizar la presentación de informes como herramienta para evaluar y modificar sus operaciones comerciales a fin de mejorar su repercusión en la sociedad. Es importante que cuando una empresa quiera modificar su repercusión ambiental y social, analice cuál es su repercusión actual y establezca objetivos y sistemas de gestión que incluyan la supervisión y la presentación de informes, del mismo modo que en el caso de los aspectos financieros de su negocio. La presentación de informes a las partes interesadas externas no debería ser un fin en sí misma sino tan sólo el reflejo de los procesos comerciales de la empresa y sus resultados. En la actualidad, en muchos informes ambientales y sociales se desarrolla el discurso correcto de la responsabilidad de las empresas para con la sociedad y su importancia para la sostenibilidad de sus operaciones, pero en muy pocos se mencionan los sistemas de gestión existentes -o que deberían existir- para apoyar y llevar a cabo este objetivo y sus efectos en el comportamiento.

##### **B. Comparabilidad de los informes**

52. Cada informe social tiene su propio formato y contenido, en función del planteamiento elegido por la empresa que presenta el informe y su percepción de quiénes son las partes interesadas y cuáles son sus necesidades. Muchos informes intentan facilitar a todos los grupos interesados toda la información que necesitan en el mismo documento. Esto da lugar a una gran cantidad de información varia, con lo que resulta difícil tener una idea clara de los valores de la empresa, su compromiso con esos valores y el efecto consiguiente en la sociedad y poder comparar el comportamiento de las diferentes empresas.

53. A fin de ilustrar la diversidad de formatos de presentación de informes, hemos comparado tres ejemplos de los informes sociales más recientes publicados por dos compañías petrolíferas con años de experiencia en la presentación de informes ambientales y por un banco que fue considerado el mejor en la elaboración de informes de sostenibilidad por la Asociación de Contadores Públicos Colegiados. Las diferencias en los propios títulos de los informes examinados indican la diversidad de los enfoques de las tres empresas a la hora de presentar informes sociales. El número de páginas, que va de 34 a 102, pone de relieve el dilema que tienen las empresas -entre elaborar un informe de forma exhaustiva y preparar uno que pueda leerse de forma rápida y fácil. Las tres empresas utilizan indicadores cuantitativos para informar acerca de su comportamiento, pero en algunos casos los acompañan con explicaciones extensas, que informan al lector en profundidad pero que también multiplican el número de páginas que ha de leer para formarse una opinión sobre el comportamiento general de la empresa.

54. La falta de comparabilidad de los informes aumenta la necesidad de los inversores de contar con instrumentos que establezcan criterios, como las agencias de calificación crediticia. La cantidad de información que necesitan estas agencias y la multiplicación de los cuestionarios que deben cumplimentar las empresas absorben una parte cada vez mayor de sus recursos.

### **C. Medios para la presentación de informes**

55. La mayoría de los informes sociales se elaboran como informes independientes, separados de los informes financieros anuales. Esto indica que en la mente de quienes los elaboran existe una distinción entre los intereses de los inversores y los de otras partes interesadas, y entre los resultados financieros y el comportamiento ambiental y social. No se conocen con exactitud ni la distribución ni el número de personas que leen los informes sociales. A fin de llegar al mayor número posible de partes interesadas, muchos publican sus informes sociales en su sitio web en formato de documento portátil (pdf) -los lectores pueden guardar y conservar el informe en su formato electrónico e imprimirlo. Aunque excluye a los interesados que no tengan acceso a Internet, este método aumenta de forma sustancial el número de lectores potenciales al mismo tiempo que mantiene el bajo costo de distribución. Un número cada vez mayor de empresas publican ahora sus informes únicamente en páginas web. Este método tiene la ventaja de permitir a las empresas actualizar de forma instantánea la información sobre su comportamiento. Por otra parte, disminuye la comparabilidad de los datos facilitados, y no toda la información publicada puede verificarse de forma profesional. Desde el punto de vista de los lectores, el acceso a la información puede ser más difícil y confuso en los sitios web que en los informes, en particular en el caso de un sitio web complejo con muchos niveles. La Asociación de Aseguradores Británicos propugna en sus Directrices para la publicación de información sobre inversiones responsables desde un punto de vista social de 2003<sup>58</sup> que la divulgación de cuestiones sociales, ambientales y éticas se haga "en el informe anual y no de forma separada en las cuentas recapitulativas o en un sitio web dedicado a la responsabilidad social". La Asociación plantea esto como un requisito mínimo que no impone una carga innecesaria a las empresas.

---

<sup>58</sup> [http://www.ivis.co.uk/pages/gdsc7\\_1.PDF](http://www.ivis.co.uk/pages/gdsc7_1.PDF).

#### **D. Importancia relativa**

56. Los informes presentados por las empresas deberían ser exhaustivos y tener en cuenta todos los aspectos importantes de las operaciones comerciales. Tradicionalmente, estos informes parecen estar centrados en parámetros cuantificables que se incluyen en los estados financieros. La presentación de informes sobre la repercusión de las empresas en la sociedad implica distintos parámetros cualitativos. Este problema afecta sobre todo a la presentación de informes sociales, dado que los indicadores ambientales ya han sido elaborados por diversas organizaciones, como el Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes.

57. La tarea de establecer un umbral de importancia se hace más compleja debido a la variedad de indicadores cualitativos que han de tenerse en cuenta para presentar informes sociales. La variedad de lectores que esos informes pueden tener da lugar a distintas demandas de información. La mayoría de las directrices para la presentación de informes establecen que la primera medida que una empresa debe adoptar para dar información en materia social es definir quiénes son las partes interesadas y establecer un diálogo con ellas a fin de determinar qué información les resulta importante.

58. Los esfuerzos de las empresas por responder a todas las peticiones de los interesados llevan a la publicación de información indiscriminada, y por tanto a que no se lean los informes sociales. Las necesidades específicas de información de los distintos destinatarios podrían atenderse mejor mediante otros canales de comunicación. Los informes deberían contener sólo información que sea importante para la mayoría o la totalidad de los interesados. Para que esto sea posible, puede resultar necesario estudiar la definición de importancia relativa con el fin de reflejar las nuevas preocupaciones ambientales y sociales de los inversores, e incluir las necesidades de información de las partes interesadas. No obstante, es importante considerar la cuestión de la confidencialidad de la información. Al igual que en el caso de los informes financieros, la presentación de informes sociales no debería dar lugar a la revelación de información que pudiera poner en peligro la competitividad de la empresa.

#### **E. Verificación**

59. A fin de que los informes sociales y ambientales sean creíbles es necesaria su verificación. Como ocurre con la contabilidad financiera, la verificación debe correr a cargo de auditores competentes e independientes que no participen en la preparación de las cuentas. Dado que no existen normas internacionalmente aceptadas que garanticen los informes sociales, los métodos de verificación se definen caso por caso. Unas pocas organizaciones, como la Federación Europea de Expertos Contables<sup>59</sup>, la Iniciativa mundial de presentación de informes y AccountAbility, tratan de dar directrices para la verificación. Aunque en la mayoría de los casos los certificados de verificación están firmados por una de las principales empresas de contabilidad, aún existe una gran proporción de informes comprobados por órganos de certificación y sociedades consultoras o técnicas.

---

<sup>59</sup> FEE, "Discussion Paper Providing Assurance on Sustainability Reports", 2002. Disponible en <http://www.fee.be/publications/main.htm>.

60. En su búsqueda de credibilidad, quienes preparan los informes recurren cada vez más a verificadores. Sin embargo, la falta de normas de auditoría para la información de carácter no financiero supone un obstáculo importante para ese esfuerzo. Un estudio de 2002<sup>60</sup> muestra que la elección del verificador depende de los destinatarios. Las empresas que se dirigen a sus accionistas eligen una empresa de contabilidad importante. Cuando los destinatarios son las partes interesadas, las empresas prefieren utilizar los servicios de consultoras ambientales y sociales especializadas o de ONG y "celebridades" en la esfera de la sostenibilidad. La elección entre el respaldo de una celebridad y la verificación por una consultora especializada depende de la disposición de la empresa para cuestionar la eficacia de sus procesos de gestión y aprender cómo modificarlos. Los auditores tradicionales centran su atención en la precisión y la fiabilidad de los datos e incluyen cláusulas detalladas de descargo de responsabilidad tal vez debido a sus responsabilidades profesionales, pero no ofrecen las mismas oportunidades de aprendizaje que las consultoras especializadas. Por otra parte, sus metodologías son más uniformes que las de las consultoras y son expertos en evaluar sistemas internos de control.

61. Los verificadores deben entender las operaciones comerciales y las cuestiones ambientales y sociales y tener auténtica independencia, así como un enfoque sólido y transparente que permita a la empresa aprender y ofrecer credibilidad exterior al mismo tiempo. Se necesitan directrices para el proceso de verificación que han de seguir los expertos externos y para la preparación de sus informes.

## V. CONCLUSIÓN

62. Los gobiernos y los encargados de formular políticas necesitan poder evaluar la repercusión de las empresas en la sociedad a fin de otorgarles licencia para ejercer su actividad y garantizar que los beneficios superen los costos. La primera medida consiste en determinar qué información es necesaria y asegurar que reciben esa información con regularidad y de forma coherente. En este informe se han examinado los distintos factores que han conducido a las empresas a integrar cada vez más las preocupaciones sociales en sus operaciones comerciales y a informar sobre su comportamiento social. Estas fuerzas están muy arraigadas y es probable que subsistan. También se han examinado la situación actual de la presentación de informes sociales y las principales iniciativas adoptadas por las partes interesadas y las empresas para definir un modelo apropiado de presentación de informes. El marco actual de la presentación de informes financieros comprende de forma prioritaria los acontecimientos económicos que aumentan o disminuyen el valor de los activos y pasivos de una empresa. En ese sentido, no tiene en cuenta el hecho de que el valor de los activos y pasivos de una empresa se ve cada vez más afectado por factores relativos a la responsabilidad social de la empresa. Aunque hay mejoras en la práctica de presentación de informes sociales, todavía quedan algunas cuestiones importantes por resolver, como la finalidad, la comparabilidad y la importancia relativa de los informes, los medios para su presentación y la verificación de los datos que contienen. Este informe ha demostrado que es poco probable que las iniciativas de las partes interesadas y de las empresas

---

<sup>60</sup> Environmental Resources management (ERM), "Corporate social reporting survey", 2002. <http://www.erm.com/ERM/news.nsf/AllByID/8A88D6D0AA0451B880256C3900309CBD?OpenDocument>.



solucionen estas cuestiones y den lugar a una armonización de la presentación de informes sociales.

63. A fin de lograr la comparabilidad y la fiabilidad de la información dada a conocer en materia social a nivel internacional, se requiere un consenso mundial sobre los formatos y el contenido de los informes sociales. Parece necesario seguir trabajando para mejorar la comparabilidad y la utilidad de la información facilitada en los informes sociales. En particular, convendría centrar los debates ulteriores en las dos siguientes esferas:

- Los esfuerzos actuales de las empresas por responder a la demanda múltiple de información dan lugar a un aumento del volumen de la información que facilitan e incrementan por tanto el costo de la presentación de informes sin satisfacer enteramente las necesidades de las partes interesadas. ¿Es preciso seguir trabajando para determinar las cuestiones cualitativas más importantes que reflejarían la repercusión de las políticas sociales de las empresas?
- ¿Se necesitan más aportaciones acerca del formato de los informes sociales, en particular en el sentido de armonizar su contenido y mejorar la comparabilidad de la información?

En caso afirmativo, ¿cuál sería la función del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes en la solución de estas cuestiones?

## BIBLIOGRAFÍA

- ActionAid, 2003, "Unlimited companies: The developmental impacts of an investment agreement at the WTO", ActionAid, Londres, Reino Unido. Disponible en <http://www.actionaid.org/resources/pdfs/embargoed.pdf>.
- Comisión Europea, 2001, "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", Libro Verde, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas. Disponible en [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/news/2001/oct/socpolag/csr\\_communication.pdf](http://europa.eu.int/comm/employment_social/news/2001/oct/socpolag/csr_communication.pdf).
- Federación Europea de Expertos Contables (FEC), 2002, "Discussion Paper Providing Assurance on Sustainability Reports". FEC, Bruselas.
- Fox, T., Ward, H. y Howard, B. 2002, "Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A baseline study", Banco Mundial, Washington, D.C. Disponible en [http://www.worldbank.org/privatesector/csr/doc/CSR\\_interior.pdf](http://www.worldbank.org/privatesector/csr/doc/CSR_interior.pdf).
- Iniciativa mundial de presentación de informes, 2002, "Sustainability Reporting Guidelines", GRI, Boston. Disponible en <http://www.globalreporting.org/guidelines/2002.asp>.
- Gray, R. 1999, "The Social Accounting Project and Accounting Organisations and Society", Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, Reino Unido. Disponible en <http://www.gla.ac.uk/departments/accounting/csear/studentresources/index.html>.
- Gray, R. 2000, "Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: A personal perspective", Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, Reino Unido.
- Gray R., Dey C., Owen D., Evans R. y Zadek S., 1997, "Struggling with the praxis of social accounting: Stakeholders, accountability, audits and procedures". Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, Reino Unido.
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT), 2003, "Nota informativa sobre responsabilidad social de la empresa y normas internacionales del trabajo", OIT, Ginebra, Suiza.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT), 1998, "Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo", Organización Internacional del Trabajo, Ginebra. Disponible en <http://www.ilo.org/public/english/standards/decl/declaration/text/index.htm>.
- Kiernan, M., 2003, "Making SRI mainstream", Financial Times Fund Management (FTfm), 3 de marzo de 2003.
- KPMG, 1997, "International Survey of Environmental Reporting 1996", EnTrust, the International Trust for Environmental Initiative, Malmö, Suecia.
- KPMG, 1999, "International Survey of Environmental Reporting 1999", KPMG Environmental Consulting, De Meern, Países Bajos.

- KPMG, 2002, "International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002", KPMG Global Sustainability Services, De Meern, Países Bajos.
- Nally, D., 2000, "Reinventing corporate reporting", PricewaterhouseCoopers. Disponible en <http://www.pwcglobal.com/extweb/pwcpublications.nsf/Doc/ID68C877A15D2BF0508525692E00534393>.
- OCDE, 1999, "Corporate Responsibilities and the OECD Guidelines for MNEs", OCDE, París. Disponible en <http://www.oecd.org/EN/documents/0,,EN-documents-126-3- no-9-no-126,00.html>.
- OCDE, 1999, "Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades", OCDE, París. Disponible en <http://www.oecd.org/EN/documento/0,,EN-document-28-nodirectorate-no-15-8293-28,00.html>.
- OCDE, 2000, "Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales", Revisiones 2000, OCDE, París. Disponible en <http://www.oecd.org/oecd/pages/home/displaygeneral/0,3380,EN-documents-93-3-no-15--no,00.html>.
- OCDE, 2001, "Codes of Corporate Conduct: A Review of Their Contents", documento de trabajo sobre inversión extranjera, N° 2001/6.
- OCDE, 2001, "Making Codes of Corporate Conduct Work: Management Control Systems and Corporate Responsibility", OCDE, París. Disponible en <http://www.oecd.org/dataoecd/45/29/1922806.pdf>.
- Pearce, J., 2002, "Some contemporary issues in social accounting and audit", en *Social and Environmental Accounting*, vol. 22, N° 1, Centre for Social and Environmental Accounting Research, Glasgow, Reino Unido.
- PriceWaterhouseCoopers, 2002, "2002 Sustainability Survey Report". Disponible en <http://www.pwcglobal.com/Extweb/ncsurvres.nsf/docid/2567823C542ED55285256C86003921C4>.
- Social Investment Fund Industry Research Program, 2001, "2001 report on socially responsible investing trend in the United States", Social Investment Forum Foundation and Social Investment Forum". Disponible en <http://www.socialinvest.org/areas/research/trends/2001-Trends.htm>.
- SustainAbility/International Finance Corporation/Ethos Institute, 2002, "Developing value: The business case for sustainability in emerging markets", SustainAbility Ltd., Londres.
- SustainAbility/UNEP, 2002, "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting", Sustainability Ltd., Londres.
- SustainAbility/UNEP/Business Case, 2001, "Buried Treasure: Uncovering the Business Case for Corporate Sustainability", Sustainability Ltd., Londres.

Centro de las Naciones Unidas sobre las Empresas Transnacionales (CET), 1986, "Código de conducta de las Naciones Unidas para las empresas transnacionales", Naciones Unidas, Nueva York.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), 1999, "The Social Responsibility of Transnational Corporations", Naciones Unidas, Ginebra.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), 2002, "Requisitos de transparencia y publicación de información para el buen gobierno de las empresas: Informe del Grupo Consultivo Especial de Expertos en requisitos de transparencia y publicación de información para el buen gobierno de las empresas", Naciones Unidas, Ginebra. Disponible en <http://r0.unctad.org/isar/>.

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, 1974, "Efectos de las empresas multinacionales en el desarrollo y en las relaciones internacionales", Naciones Unidas, Nueva York.

Utting, P. y Jenkins, R., 2002, "Voluntary Approaches to Corporate Responsibility", SNGE/UNRISD Development Dossier, Servicio de enlace con organizaciones no gubernamentales, Naciones Unidas, Ginebra.

Ward, H., 2003, "Legal Issues in Corporate Citizenship". For Globalt Ansvar -Swedish Partnership for Global Responsibility by International Institute for Environment and Development, Londres.

Webley, S. y More, E., 2003, "Does Business Ethics Pay? Ethics and Financial Performance", Institute of Business Ethics, Londres.

-----