

La difusión de prácticas de reporting no financiero como estrategia de fomento de la cultura de la empresa social

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Antecedentes, contexto y justificación

El reporting corporativo ha evolucionado de forma profunda desde que, a finales del siglo XIX, los informes corporativos se constituyeran en métodos útiles para que las grandes empresas que estaban madurando ofreciesen confianza en el valor de la compañía a los inversores, a fin de allegar el capital exigido por sus intensos procesos de crecimiento. Los informes financieros actuales no difieren demasiado de los de entonces, cuanto menos en su estructura, aunque sí en su enfoque y en el contenido informativo que divulgan. Pero la gran diferencia reside en la información no financiera que los acompañan en forma de memoria y de informes de sostenibilidad, con los cuales la empresa pretende responder a las expectativas y requerimientos de accionistas, directivos, reguladores, supervisores, ONG y otras partes interesadas que tienen los ojos puestos en sus decisiones y actividades.

La empresa moderna juega actualmente sus bazas en mercados y sociedades donde coexisten múltiples grupos de interés con objetivos legítimos, aunque en ocasiones contrapuestos, y con expectativas de que las organizaciones desplieguen estrategias alineadas con sus fines. Las mismas personas asumen roles distintos como consumidores, trabajadores, inversionistas, miembros de la comunidad, defensores de causas distintas (desde la protección de la salud o el medio ambiente hasta la defensa de los derechos humanos) y votantes. Desde cada uno de estos roles, los ciudadanos albergan visiones diferentes de las responsabilidades de las empresas.

En el pasado, las dimensiones consumerista y laboral de la función empresarial predominaban claramente sobre el resto. Las personas veían la empresa simplemente como un suministrador de bienes y servicios, un contratador que ofertaba trabajo y un potencial destino hacia el que canalizar su ahorro. Hoy en día, el abanico de expectativas y exigencias a la empresa se ha dilatado y diversificado, pasando a incluir acciones que favorezcan el logro de los propósitos del resto de grupo de interés con los que está relacionada. La legitimidad de la empresa, que en el pasado descansaba únicamente en el cumplimiento de sus obligaciones legales, se hace ahora depender del beneplácito de todos esos grupos interesados en sus objetivos y comportamientos. El paradigma empresarial se ha modificado pues aumentando el poder de los grupos de interés para condicionar la estrategia empresarial.

La reputación se ha convertido por ello en el verdadero caballo de batalla en los mercados contemporáneos, hasta el punto de poderse hablar de una economía de la reputación en la que la creación de valor de forma sostenida precisa un desempeño solvente en este punto. La buena reputación no es sólo el ámbito de privilegio en el que se instalan las marcas admiradas y deseadas y desde donde, generando respeto y confianza, atraen a consumidores, talento y capital. La reputación es al mismo tiempo la base para ganar la confianza del resto de grupos clave para su supervivencia

y crecimiento. Por ello, precisa de la habilidad de la dirección para trenzar relaciones de confianza y cooperación con sus grupos de interés.

Al mismo tiempo, seguirá precisando la capacidad de desarrollar estrategias competitivas innovadoras que le abran una posición competitiva diferenciada y defendible en los mercados. Este objetivo de competitividad va a ser cada vez más difícil de alcanzar con estrategias centradas exclusivamente en gestionar los activos tangibles y financieros.

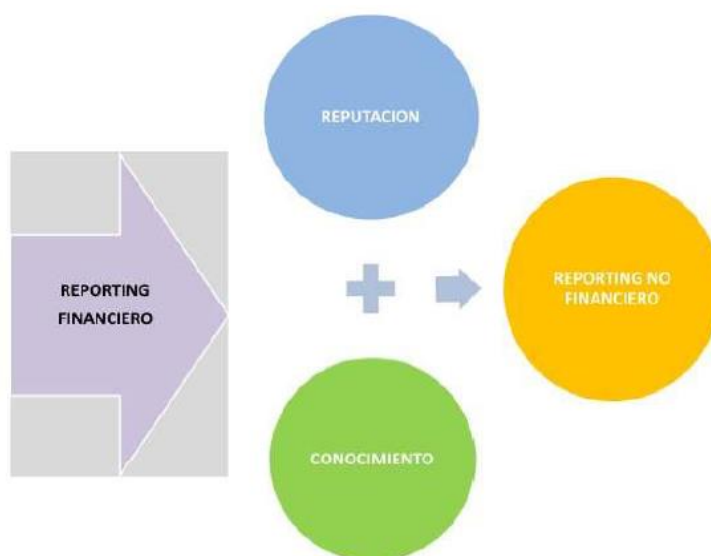
Una gestión polarizada por estos recursos suele degenerar en estrategias obsesionadas por los costes y la eficiencia que, sin mecanismos de compensación, pueden acabar deteriorando el valor de los mismos activos tangibles de forma acelerada y destruyendo valores y otras capacidades intangibles como la reputación, la confianza, el compromiso de empleados, clientes y proveedores, la creatividad o la calidad. El foco de la labor directiva va a girar cada vez más sobre la gestión de activos culturales, humanos, directivos, organizativos, informativos, tecnológicos y comerciales sobre los que desarrollar estrategias de diferenciación.

La supervivencia, la rentabilidad y la competitividad de la empresa del siglo XXI descansará en la habilidad directiva para construir una posición competitiva que desarrolle y explote intangibles valiosos en el mercado, y al mismo tiempo en una estrategia que gestione los riesgos ASG (ambientales, sociales y de gobierno) para prevenir el daño que los mismos pueden causar en su reputación y en el valor de sus intangibles. La gestión en común de los riesgos financieros, no financieros y estratégicos debe apoyarse en nuevos modos de reporting corporativo que integren toda la información crítica.

Además, existe una correlación clara entre el valor de los intangibles y la gestión de los riesgos ASG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo). La reputación y el valor intangible de la compañía en el mercado no pueden disociarse de su sostenibilidad. Pese a esta recomendación, las empresas tienen serias dificultades para identificar y cuantificar los riesgos relacionados con la responsabilidad social empresarial (RSE), y más aún para traducirlos a términos monetarios con el fin de priorizar la asignación de recursos para prevenirlos. Aunque hay expectativas de que las empresas informen más y mejor sobre la RSE, el hecho de que no exista un proceso normalizado para incorporar esa información no financiera en los informes tradicionales no facilita esa gestión en común.

Los avances de la economía de la reputación y del conocimiento plantean pues a la empresa la necesidad de redefinir sus prácticas y sistemas de reporting corporativo. La ampliación de la presión de los grupos de interés respecto a su desempeño social y medioambiental ha acrecentado la exigencia a la empresa de una mayor transparencia respecto a la información pública que aporta, complementando la clásica información financiera con la información no financiera (Figura 1). Una empresa más transparente social y medioambientalmente requiere sistemas de reporting apropiados, que trasladen a los grupos de interés relacionados la información necesaria sobre sus estrategias, prácticas y resultados en RSE.

Figura 1. Las fuerzas para el cambio del reporting corporativo.



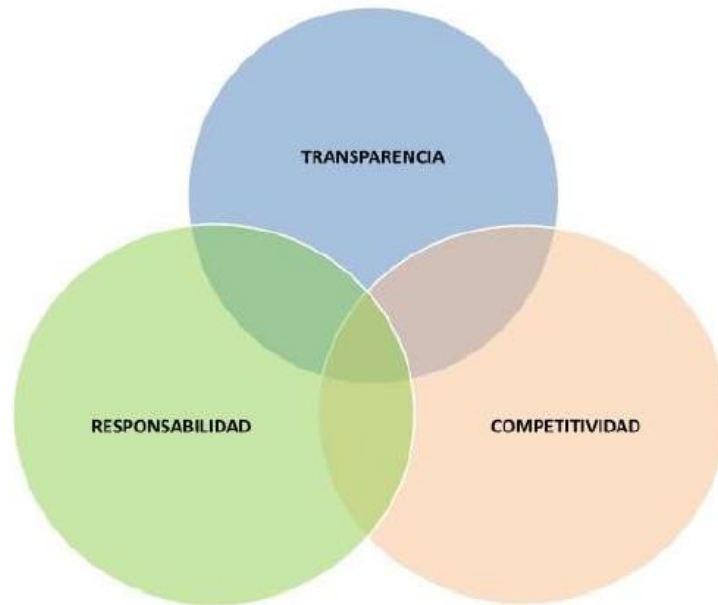
Por tanto, el ejercicio de una mayor transparencia informativa con los grupos de interés no se limita a la comunicación dirigida a los mercados financieros, a los inversores y a los accionistas, sino que comprende también la comunicación con organizaciones que no compiten en los mercados, pero con influencia sobre ellos y cuya confianza resulta conveniente asegurar. Idéntica precisión para una mayor y mejor transparencia informativa se deduce de la competencia basada en intangibles. Además, en la era del conocimiento, la competitividad de la empresa descansará en transformar la inteligencia y la experiencia de las personas en conocimiento útil que sirva para incentivar el aprendizaje, la creatividad y la innovación, así como en sistemas informativos capaces de trasladar a los mercados los mensajes de cómo se crea valor y a los directivos la información necesaria para gestionar y medir los intangibles que la organización acumula.

El hecho de que estas nuevas prácticas de reporting sean por ahora voluntarias y en buena medida auto-reguladas no las hace menos imprescindibles, más teniendo en cuenta la tendencia tanto en Europa (donde crece el debate sobre la conveniencia de imponer un modelo homogéneo de reporting no financiero) como en España a establecer una regulación específica que impondrá a la empresa nuevas obligaciones informativas en aspectos no financieros para las que debiera irse ya preparando. Ya existe un conjunto de empresas obligadas por la adaptación de la directiva europea 2014/85/UE, por la Ley de Economía Sostenible y por otros apartados de la legislación mercantil y laboral, a reportar información no financiera sobre un amplio abanico de aspectos relativos a su desempeño social, medioambiental y de gobierno corporativo.

En definitiva, los sistemas de reporting corporativo de la empresa están sufriendo una presión que irá in crescendo para complementar sus informes de reporting financiero con otros de índole no financiera que incluyan la identificación, gestión y valoración de los activos intangibles y reputacionales que la competencia y la legitimación requieren. Transparencia, responsabilidad y competitividad se convierten pues en los tres ejes vertebrales de la empresa del siglo XXI (Figura 2). Las empresas deben prepararse para afrontar una mayor regulación tanto de sus

prácticas de RSE como de reporting corporativo, que les demandará mayor y mejor información no financiera y la elaboración de informes integrados con la información financiera y no financiera

Figura 2. Los ejes vertebrales de la empresa del siglo XXI.



La medición es un problema crucial, dado que las decisiones económicas están basadas en información, por lo que sin información correcta y completa difícilmente será factible adoptar elecciones eficientes. La práctica directiva tiene como uno de sus retos el desarrollo de una base informativa que le permita un eficiente análisis financiero interno y externo. Por otro lado, la introducción de sistemas de medida y control del desempeño y otras variables estratégicas fundamentales es esencial para identificar los factores claves para la competitividad, integrando los sistemas de información interna y el proceso estratégico. Además, la empresa precisa producir y reunir toda la información que los grupos de interés vinculados con la organización requieren para hacer sus propias elecciones en la asignación de recursos, cumplir con sus responsabilidades y velar por sus intereses o los de aquellos a los que representan.

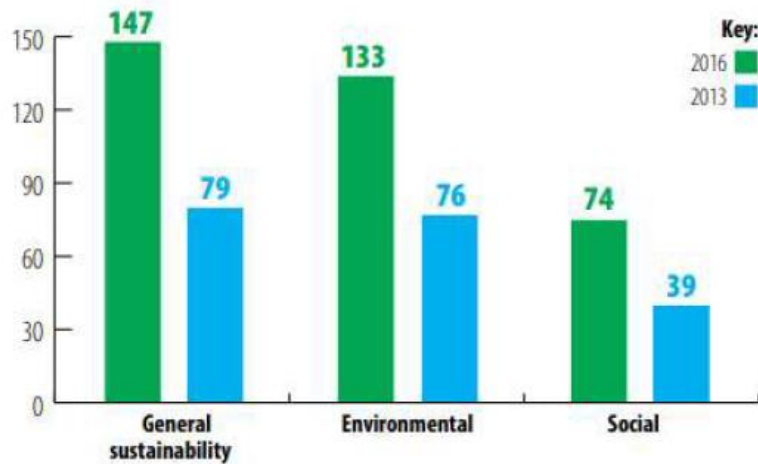
La importancia de aprender a medir y a gestionar los intangibles, a gestionar de forma responsable y comprometida con los objetivos y expectativas de las partes interesadas, así como a reportar información completa y veraz sobre las estrategias, prácticas y resultados en la triple dimensión económica, social y medioambiental, ha sido reafirmada por el Estudio Delphi sobre los factores de cambio para la empresa española en el umbral del siglo XXI (Camisón, 2012). Este estudio prospectivo ha identificado una serie de tendencias que van a marcar el marco competitivo de la empresa en el futuro, entre las cuales se incluyen las cuatro facetas de empresa intangible, empresa responsable y comprometida, empresa sostenible y empresa transparente (Figura 3).

Figura 3. Fuerzas del cambio para la empresa en el siglo XXI.



Fuente: Camisón, C. (2012). Estudio Delphi sobre los factores de cambio para la empresa española en el umbral del siglo XXI. Reproducido en Camisón, C. (2016). El modelo de empresa basada en activos intangibles: hacia una empresa responsable, sostenible y competente. Generalitat Valenciana, Consellería de Economía Sostenible, Valencia, pp. 96.

Figura 4. Contenidos a incorporar a los instrumentos regulados sobre reporting de sostenibilidad, 2013-2016.



Fuente: Bartels, W., Fogelberg, T., Hoballah, A., van der Lugt, C. (2016: 19). Carrots & Sticks. Global trends in sustainability reporting regulation and policy. 2016 edition.

Según el estudio Carrots & Sticks, entre los instrumentos regulados a nivel mundial que definen la información no financiera que las empresas deberían difundir (figura 4), la opción más frecuente (39%) son los instrumentos que definen un contenido informativo comprensivo de la generalidad de dimensiones de la sostenibilidad (147), habiendo aumentado fuertemente entre 2012 y 2016 (68 más). El mayor número de instrumentos sobre el reporting medioambiental en lugar del social es lógico con el hecho de que la regulación medioambiental es más antigua, y aunque se siguen

incorporando nuevas regulaciones, guías y estándares para informar sobre este aspecto, crecen proporcionalmente más rápido los informes de sostenibilidad social, que prácticamente se han duplicado entre 2013 y 2016. Este incremento del reporting social puede estar relacionado con las secuelas de la crisis económica sufrida desde 2008.

El crecimiento de la difusión de información no financiera dirigida hacia los Stakeholders ha discurrido en paralelo al aumento de la legislación en la materia. Deloitte (2017), a partir de datos sobre la legislación existente en 162 países (entre ellos, 88 que concentran el 100% de los informes de sostenibilidad GRI publicados en el mundo en 2016), concluye que el 44% tienen alguna normativa que regule la información no financiera.

La emergencia de requerimientos obligatorios para el reporting de sostenibilidad, a medida que ha madurado, ha conducido a transformar los antiguos instrumentos para informar sobre aspectos sociales o medioambientales específicos por marcos más amplios que regulan la información no financiera en su sentido más amplio. El mejor ejemplo de este reenfoque de la regulación del reporting corporativo desde el modelo voluntario a la regulación obligatoria pública es la evolución europea desde la Directiva de Modernización de las Cuentas Anuales (2003) hasta la Directiva de Reporting de Información No Financiera (2014). La Directiva 2003/51/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2003, sobre las cuentas anuales y consolidadas de determinadas formas de sociedades, bancos y otras entidades financieras y empresas de seguros, en su modificación del artículo 46 de la Directiva 78/660/CEE, abrió el camino a la exigencia de aportar al Informe Anual de Gestión toda aquella información no financiera que fuese pertinente para explicar la evolución, los resultados y la situación de la empresa, incluyendo entre ella cuestiones relativas al medio ambiente y al personal. La misma disposición se extendía a las empresas con obligación de consolidación al modificar el artículo 36 de la Directiva 78/660/CEE. El artículo 107 de la Ley 62/2003 traspuso esta Directiva a la legislación española. Ello entrañó la modificación del apartado 1 del artículo 202 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas recogido por el Real Decreto Legislativo 1564/1989, estableciendo que en aras a ofrecer en su Informe de Gestión “una exposición fiel sobre la evolución de los negocios y la situación de la sociedad, junto con una descripción de los principales riesgos e incertidumbre a los que se enfrenta”, el análisis debería incluir “tanto indicadores clave de resultados financieros como, cuando proceda, no financieros, que sean pertinentes respecto de la actividad empresarial concreta, incluida información sobre cuestiones relativas al medio ambiente y al personal.”

El desarrollo regulatorio del reporting no financiero en el ámbito de la Unión Europea dio otro paso significativo en 2006 con la Directiva 2006/46/CE del Parlamento europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2006. Esta Directiva supuso la inclusión de un nuevo Informe Anual de Gobierno Corporativo como sección del informe anual de gestión, que mejorase la información pública de las prácticas de gobierno corporativo aplicadas en las sociedades. El contenido de este documento fue ampliado por la Directiva 2013/34/UE, que impuso la inclusión de una Declaración sobre Gobernanza Empresarial para las empresas etiquetadas como entidades de interés público.

El refuerzo de la regulación comunitaria de la información no financiera en el ámbito del gobierno corporativo se ha cerrado por ahora con la Directiva 2014/95/EU, que amplía el contenido del Informe anual de Gobierno Corporativo que deben publicar determinadas grandes empresas y grupos empresariales con una descripción de la política de diversidad aplicada en relación con el consejo de administración.

El núcleo molar de la regulación europea en la actualidad es la Directiva 2014/95/EU del Parlamento y del Consejo Europeos, que sustituyó a la Directiva 2013/34/EU. La Directiva 2014/95/EU obliga a presentar un Estado no Financiero Consolidado. La Directiva 2014/95 fue la respuesta de la UE a las tendencias de reporting que habían ido germinando en las últimas décadas y supuso una novedad relevante al ser el primer marco jurídico para regular de forma integrada la información no financiera que incumbía a un conjunto de países, pues abarca todos los aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. Esta obligación de reporting no financiero afecta a las grandes sociedades de capital que, de conformidad con la legislación de auditoría de cuentas, tengan la consideración de entidades de interés público, y a todas las empresas que cotizan en los mercados bursátiles europeos, incluso si están registrados en un tercer país. Este Estado no Financiero Consolidado ofrecerá la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del grupo, y el impacto de su actividad respecto al menos a las cuestiones medioambientales, sociales, derechos humanos, corrupción y soborno. La disposición apuesta porque esta mejora de la transparencia facilitará a las partes interesadas la comprensión de la organización empresarial y de los negocios que acometa.

Antes de la aplicación de la Directiva 2014/95/EU en España, la primera obligación de información no financiera en nuestro país vino regulada en el artículo 262 del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio. Este precepto establecía, respecto al contenido que debía incorporar el Informe de Gestión, que “en la medida necesaria para la comprensión de la evolución, los resultados o a situación de la sociedad, este análisis incluirá tanto indicadores financieros clave como, cuando proceda, de carácter no financiero, que sean pertinentes respecto de la actividad empresarial concreta, incluida información sobre cuestiones relativas al medio ambiente y al personal”. La Directiva 2014/95/EU ha sido ya transpuesta al sistema legislativo español por el Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. El real decreto está en vigor desde el 25 de noviembre de 2017.

La imposición de las nuevas obligaciones informativas en materia de elaboración del Estado no Financiero Consolidado ha obligado a modificar el apartado 5 del artículo 49 del Código de Comercio vigente y el apartado 5 del artículo 262 del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio. A su vez, la ampliación del contenido del Informe de Gobierno Corporativo se ha introducido con la modificación de la redacción del subapartado 6º del artículo 540.4.c) de la ley de Sociedades de Capital.

Otro hito en la misma dirección de incentivar la difusión de información no financiera fue el artículo 35 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, el cual estableció que, en el plazo de un año desde la entrada en vigor de la ley, las sociedades mercantiles estatales, las entidades públicas empresariales adscritas a la Administración General del Estado, así como las Mutuas Colaboradoras con la Seguridad Social, debían elaborar anualmente Informes de Gobierno Corporativo y Memorias de Sostenibilidad o Informes de Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo con estándares comúnmente aceptados.

El artículo 39 de la misma ley, en el apartado 3, estableció además que “las sociedades anónimas podrán hacer públicos con carácter anual sus políticas y resultados en materia de RSE a través de un informe específico basado en los objetivos, características, indicadores y estándares internacionales”, el cual deberá hacer constar si ha sido verificado o no por terceras partes. El mismo artículo 39.3 establecía que, “en el caso de sociedades anónimas de más de 1.000 asalariados, este Informe Anual de RSE será objeto de comunicación al Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas que permita efectuar un adecuado seguimiento sobre el grado de implantación de las políticas de RSE en las grandes empresas españolas.” El apartado segundo de este artículo especificaba de forma muy genérica los asuntos a considerar en la elaboración del informe: transparencia en la gestión, buen gobierno corporativo, compromiso con lo local y el medioambiente, respeto a los derechos humanos, mejora de las relaciones laborales, promoción de la integración de la mujer, de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, de la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y del consumo sostenible.

La Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas, para el marco temporal 2014-2020 fue aprobada por el Consejo de Ministros del 24 de octubre de 2014. En ella se definieron una serie de iniciativas orientadas al avance hacia un modelo de crecimiento inclusivo y sostenible, siguiendo las recomendaciones de la Estrategia Renovada de la UE sobre RSE y de otros organismos internacionales. El actor principal en esta Estrategia es el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), creado por Real Decreto de 2008 y adscrito al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. La Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas impulsada por el CERSE incluye la promoción de la publicación de memorias o informes de RSE, como ejercicio de transparencia y de compromiso de la compañía con sus propios valores y principios, así como el compromiso de habilitar los mecanismos necesarios para el tratamiento de las memorias de sostenibilidad que las empresas voluntariamente envíen a dicho organismo.

Además, dado que la Directiva 2014/95/UE abre la puerta a que la información no financiera y sobre diversidad, en vez de incorporarse al Informe de Gestión, se recoja en un informe separado, resultaba necesario facilitar la publicidad de este informe separado del Informe de Gestión y permitir que las memorias de RSE y sostenibilidad enviadas voluntariamente al CERSE pudiesen ser la respuesta a la citada Directiva. La Orden ESS/1554/2016, de 29 de septiembre, se emitió precisamente para desarrollar esta previsión, regulando el procedimiento (completamente telemático) para el registro y publicación en el fichero público instalado en el portal web del Ministerio

de Empleo y Seguridad Social, de las memorias de responsabilidad social y de sostenibilidad.

Todas las empresas se están además viendo afectadas, junto a la presión legal, por la incorporación de criterios sociales y medioambientales en otras iniciativas políticas nacionales o regionales que pretenden estimular la adaptación corporativa a estas nuevas demandas concediendo a la mayor transparencia informativa de las empresas en cuestiones no financieras y a la sostenibilidad un rol prioritario para la obtención de ayudas públicas y para concurrir a adjudicaciones y subastas convocadas por administraciones públicas. Las pymes no pueden permanecer ya inertes ante el desarrollo de la regulación del reporting corporativo, dado que una parte significativa de la misma ya les afecta, y porque además sufrirán presiones para incrementar el alcance de la información que reportan, tanto de carácter financiero como no financiero. Hay varias razones para esta predicción:

1. Todas aquellas organizaciones que forman parte de la cadena de valor de grandes compañías, sea cual sea su tamaño, se verán afectadas por el endurecimiento de los requisitos informativos que sufran y que trasladarán hacia abajo siguiendo la senda de la trazabilidad.
2. Las pymes se verán además sacudidas por los requerimientos de RSE y de transparencia informativa que puedan incorporarse a líneas públicas de ayudas o a los esquemas de análisis de solicitudes de financiación por parte de los inversores y del mercado de capitales.
3. El criterio esencial de la sostenibilidad no es el tamaño, sino el impacto que la empresa pueda tener sobre el entorno natural y la sociedad. En amplios sectores está instalada la creencia de que la magnitud de los impactos está directamente relacionada con la dimensión empresarial, pero muchas veces esta proporcionalidad no existe. Existen grandes empresas, como es el caso de los servicios a empresas (consultoría, por ejemplo), con impactos medioambientales reducidos (limitados a su consumo de recursos no sustituibles y a las emisiones por desplazamientos) y con impactos sociales igualmente bajos; y por el contrario, pueden encontrarse pymes con pocos empleados que desarrollan procesos o elaboran productos con alto potencial contaminante y que pueden impactar con graves daños para la salud personal de sus empleados y la salud medioambiental de su entorno. En cambio, las grandes empresas citadas tendrán normalmente capacidades directivas y financieras superiores que deberían permitirles gestionar sus impactos negativos y las reacciones de los stakeholders clave y generar impactos positivos que atenúen aún más los contrarios. En definitiva, la necesidad y la obligación de reportar debe estar ligada a la dimensión de los impactos medioambientales y sociales y a su dotación de capacidades directivas y financieras, y no a su dimensión convencional medida por el número de empleados o la facturación.

Es más, las organizaciones de producción de estándares para el reporting corporativo y el mundo de consultores interesados en la implantación y certificación de sistemas de reporting en las empresas están empezando a promover la preparación de informes para las empresas de menor tamaño. Este movimiento puede ocasionar una bola de nieve que arrastre a las pymes a la obligación de reportar informes de sostenibilidad, a semejanza de sus hermanas mayores, si los reguladores interiorizan

la necesidad de ampliar las organizaciones obligadas a una mayor transparencia informativa.

Global Reporting Initiative está ya difundiendo el mensaje de que hay que involucrar a las pymes en el movimiento por un negocio responsable. Su CEO, Tim Mohin, afirma que “mientras que las empresas multinacionales están bajo el escrutinio público de sus impactos en la sostenibilidad, el efecto de los aproximadamente 400 millones de pymes, que representan el 95% de las empresas de todo el mundo, ha sido largamente ignorado (...) Dado su cuota dominante de la economía global, la conducta como un negocio responsable entre las pymes es esencial para un futuro sostenible. GRI está comprometida en trabajar con las pymes para aumentar su adopción de valores sostenibles (...) Los reguladores y los mercados bursátiles están instrumentando políticas y regulaciones que requieren transparencia sobre los retos de la sostenibilidad. Dado que esta tendencia se acelera, una atención específica debe prestarse a las necesidades de las pymes” (GRI, 2017: 4). Por ello, GRI está promoviendo:

- La aprobación de políticas públicas que induzcan y/o obliguen a las pymes a divulgar informes de sostenibilidad. Es el caso de su documento *Empowering small business: Recommendations for policy makers to enable sustainability corporate reporting for SMEs* (GRI, 2017).
- La preparación de informes de acuerdo con sus estándares por las pymes, bajo la convicción de que la información de sostenibilidad es un diferenciador competitivo clave para las pymes en mercados emergentes pues facilitaría su incorporación a las cadenas de valor globales. Para ello, ha puesto en marcha, en colaboración con el gobierno suizo, el *Competitive Business Program*, orientado a proporcionar entrenamiento y asistencia técnica en el uso de la *Digital Reporting Platform* a las pymes, de modo que cuenten con las capacidades necesarias para recopilar información y preparar los informes según su estándar. El programa ha iniciado ya en 2016 proyectos piloto en Colombia, Ghana, Indonesia, Perú, Sudáfrica y Vietnam.

ASIVALCO cree que la tendencia hacia una empresa transparente, intangible, responsable y sostenible es de gran importancia, pues la realidad actual muestra un activismo social cada vez más exigente sobre las aptitudes y comportamientos de las empresas que son fiscalizadas por los medios de comunicación y a través de medios digitales; fiscalización que hace más transparentes todos y cada uno de los detalles de la visión, la misión, los valores, las estrategias, las estructuras, el estilo de liderazgo y sus actividades.

La evaluación de necesidades ha confirmado la importancia de este reto y la prioridad que la comunidad local le concede con un inusual grado de cohesión. La identificación de esta necesidad ha discurrido con el apoyo de distintos métodos de recopilación de datos:

- a) Entrevistas en profundidad con informantes clave de la comunidad receptora.
- b) Discusiones de grupo con profesionales que trabajen en los temas abordados por el programa, tanto de empresas como de asociaciones empresariales, sindicales, colegiales o institucionales.

c) Las conclusiones extraídas de foros en los que han convergido ciudadanos, expertos,

representantes institucionales y medios de comunicación.

d) La observación directa de las experiencias de responsabilidad ética y compromiso medioambiental de organizaciones ejemplares del entorno territorial de la entidad solicitante. ASIVALCO puede contribuir a mejorar la responsabilidad social y medioambiental de las empresas localizadas en el polígono industrial Fuente del Jarro de Paterna, poniendo en marcha este Programa. Esta asociación puede jugar un papel destacado en dinamizar nuevamente la economía de este asentamiento industrial y sentar las bases para un renacimiento empresarial que abra oportunidades de progreso a ideas de nuevas empresas sociales.

Contenido de la actividad a desarrollar:

Dada la trascendencia de este reto, y puesto que en la definición de los objetivos de ASIVALCO se incluye el de colaborar en la generación y difusión de información y conocimiento relevante y fiable sobre la empresa social, ha juzgado oportuno promover la elaboración de un documento que informe a un amplio público de las implicaciones de este desafío y de las estrategias y los cambios organizativos que la empresa deberá adoptar para enfrentarlo.

Esta publicación puede ser de utilidad para los expertos contables y de control de gestión que asuman la responsabilidad en sus empresas de desarrollar un marco de información no financiera en cualquiera de las posibles direcciones. También puede brindar ayuda a los responsables de gestión y control de calidad, gestión medioambiental, gestión de la reputación y de la estrategia de RSE, poniéndoles al día de las novedades y problemas que plantea el desarrollo de un sistema de reporting de las acciones y resultados de sus empresas en cada uno de estos ámbitos. Finalmente, el documento puede ser una lectura provechosa para los directivos y expertos involucrados en la puesta en marcha de acciones y estrategias de responsabilidad social a los que puede asistir en la labor de medición y reporting de los resultados en responsabilidad social y medioambiental alcanzados por las empresas.

De forma detallada, **los objetivos del trabajo de reporting de información no financiera cubrirán los siguientes aspectos:**

- Diagnosticar el grado de difusión entre las empresas localizadas en el polígono del Fuente del Jarro de las prácticas de reporting no financiero de una empresa.

- Establecer la base conceptual segura sobre la cual debe cimentarse el sistema de reporting no financiero de una empresa. Ello requiere dar definiciones integradas y completas de los conceptos relevantes que aparecerán en los sistemas de reporting como son, junto a los términos clásicos ya reconocidos en los sistemas contables tradicionales, los activos intangibles, reputación, capital intelectual, balance del bien común o responsabilidad social empresarial, entre otros.

- Explicar la evolución que ha seguido el sistema de reporting corporativo y las razones que han llevado a completar la información financiera que ya ofrecía con la información no financiera por su incidencia en la competitividad, la rentabilidad y la reputación de la compañía, distinguiendo entre los intangibles de negocio o de mercados ausentes de los estados financiero-contables tradicionales y los intangibles reputacionales basados en la responsabilidad económica, social y medioambiental de la empresa.
- Asentar las razones legales, sociales, económicas y estratégicas que justifican la adopción de un sistema de reporting que incluya información no financiera que sea clave para los grupos de interés vinculados a la organización y útil para que los directivos puedan gestionar los intangibles del negocio.
- Definir los costes y los beneficios ligados a la medición y divulgación de la información no financiera.
- Señalar los retos y problemas que las empresas deberán enfrentar para implantar un sistema de información integrado.
- Ofrecer una metodología para implantar sistemas de información no financiera y sistemas de información integral que satisfagan las demandas de todos los grupos de interés.

Por todo ello, deseamos solicitarle desde este momento su colaboración para que este proyecto sea un éxito, por el bien y el futuro del polígono y de todas las empresas que en él conviven. Adjunto en este correo encontrarán un documento con un desglose más detallado de los propósitos específicos y las actividades previstas de este proyecto. Igualmente, les animamos a solicitar una ampliación de esta información cuanto antes para poder beneficiarse de nuestras iniciativas desde el principio.



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA