



LA RAZÓN HISTÓRICA. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas. ISSN 1989-2659

Número 40, Año 2018, páginas 116-132. [www.revistalarazonhistorica.com](http://www.revistalarazonhistorica.com)



## Información no financiera como herramienta de transparencia.

**Pilar María Salido Hernández**

*Universidad de Murcia (España).*

**José Manuel Santos Jaén**

*Profesor Asociado de la Universidad de Murcia (España).*

**M<sup>a</sup> Dolores Gracia Ortiz,**

*Profesora Asociada de la Universidad de Murcia (España).*

**RESUMEN.** La situación económica actual pone de manifiesto la importancia que tiene la implantación de prácticas responsables por parte del sector privado y de la Administración Pública. Uno de los fenómenos que está interviniendo a reforzar tal objetivo es la denominada responsabilidad social de las empresas y las iniciativas que, en dicho contexto, están llevándose a cabo por parte de las instituciones europeas. El principal propósito de esta investigación es abordar, la divulgación de información no financiera, particularmente acerca de aspectos medioambientales, como iniciativa en materia de responsabilidad social. En tal sentido, se recogen los principales aspectos de la reciente reforma de la Directiva 2013/34/UE, que ha introducido la obligación para las grandes empresas de elaborar un estado no financiero que deberá contemplar determinada información medioambiental y social.

Además cabe destacar que siendo el informe de gestión un documento fundamental para entender la gestión de la entidad en el ejercicio y para interpretar en su contexto las cuentas anuales, adolece de serias deficiencias porque la práctica empresarial no siempre tiende a cumplir el mandato de exposición fiel de la actividad y la situación de la empresa. A pesar de las mayores exigencias impuestas por la legislación, la información ofrecida por las empresas es dispar, incompleta y, al no estar verificada, tiene el peligro de resultar en buena medida irrelevante. Para solucionar estos problemas, tanto en el plano internacional (IOSCO, IASB)

como en los principales países desarrollados se han emitido pronunciamientos para homogeneizar la información y mejorar su calidad. En España, la CNMV ha emitido en 2013 una Guía para la elaboración del informe de gestión, que trata de ayudar a las entidades cotizadas a incluir la información que los inversores podrían considerar relevante.

**Palabras clave.** Responsabilidad social, informe medioambiental, información voluntaria, sostenibilidad, información no financiera

**ABSTRACT.** The current economic situation expose the importance that the implementation of responsible practices has by the private sector and public administration. One of the phenomenon that is intervening to reinforce such a goal is the so-called social responsibility of enterprises and initiatives that, in this context, are being conducted by the European institutions. The main purpose of this research is to deal with, the disclosure of non-financial information, particularly on environmental issues, as an initiative in the field of social responsibility. In this sense, the main aspects of the recent reform of Directive 2013/34/EU, which introduced the obligation for large companies of developing a non-financial state that must contemplate certain environmental and social information are collected.

The Management Report is a fundamental document for understanding the administration of an entity during the year and to permit an adequate interpretation of the annual accounts. However the Management Report shows deficiencies because companies in practice don't always fulfil the requirement to show a fair review of the development and position of the business. Despite increased demands imposed by legislation over the past decade, the information provided by companies is incomparable, incomplete and as it is not verified it runs the risk of being largely irrelevant. In order to solve these problems, at both an International level (IOSCO, IASB) and in the main developed countries, statements have been issued with the objective of standardizing and improving the quality of the information. In Spain, the CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) issued a Guide in 2013 relating to the preparation of the management report. The objective in this case is to help companies to include information that can be relevant for investors.

**Keywords:** Social responsibility, environmental report, voluntary information, sustainability, non-financial information.

## 1. INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo las empresas han comprendido la necesidad de mejorar tanto la calidad como la cantidad del tipo de información que presentan, por encima de la contenida en los estados financieros. Esto nos lleva a realizar el siguiente estudio sobre la evolución de la información no financiera a lo largo del tiempo. La necesidad de disponer de información de carácter no financiero, por parte de los distintos grupos de interés, es cada vez más importante, debido a la creciente consideración de la sostenibilidad como una forma de generar valor, y para conseguirlo es fundamental este tipo de información, poniendo de manifiesto la insuficiencia de la información financiera. En este contexto, el objetivo del presente trabajo es, estudiar la envergadura y evolución de la información no

financiera unida al surgimiento e implantación de la responsabilidad social corporativa (RSC). El debate sobre RSC surge hacia finales de los años sesenta (Drucker, 197; Friedman, 1967). Sin embargo, es en estos últimos años, a raíz de los grandes escándalos financieros de empresas multinacionales (Enron, Microsoft, World-Com), y de las prácticas abusivas de ciertas empresas, entre las que se incluyen la venta de productos peligrosos para el consumidor, cuando resurge con fuerza (Angelidis e Ibrahim, 1993, p. 9). Profesionales y personas del mundo académico son conscientes de que está emergiendo un nuevo paradigma en el ámbito empresarial que acentúa la responsabilidad social de las organizaciones empresariales (Angelidis e Ibrahim, 1993; Friedman y Miles, 2002; Kiel, 1998; Norris y O'Dwyer, 2004; Quazi y O'Brien, 2000; Shetthi, 1995)

Los consumidores y el público en general precisan recuperar la confianza y credibilidad de las empresas (Anand, 2002). Los aspectos éticos, sociales y medioambientales están en la agenda de gobiernos e instituciones, tanto nacionales como internacionales, así como en el punto de mira de ONG's, grupos de consumidores, inversores, sindicatos y otros agentes sociales.

Debido al peso e importancia que tiene el sector petrolero en la realidad socioeconómica española, conocer cómo ha afectado esta evolución a una empresa tan importante dentro de dicho sector, como es el caso de Repsol, por considerarse una de las empresas petroleras más transparentes y sostenibles del mundo. El presente trabajo pretende mostrar como a lo largo del tiempo la información financiera exclusivamente se ha mostrado insuficiente para satisfacer unas necesidades y demandas cada vez mayores por parte de los grupos de interés, debiendo acompañarse de información social y medioambiental contenida en las llamadas memorias de sostenibilidad y otros informes no financieros, avanzando en la actualidad hacia el llamado informe integrado. Además esta información, que inicialmente era voluntaria, se irá exigiendo cada vez en mayor medida a través de la regulación legal. Las empresas que consiguen ir por delante sacan una ventaja competitiva en términos de reconocimiento, reputación e imagen, valorada muy favorablemente por todos los usuarios y en definitiva por la sociedad en su conjunto.

Para lograr los objetivos marcados, el trabajo se estructura como sigue. En el primer epígrafe se exponen los puntos de mayor relevancia para comprender cómo la información no financiera se ha desarrollado ligada a la evolución de la ética e integridad básica de los negocios. Se analiza el origen y la evolución de la información no financiera que va a la par con el surgimiento de la responsabilidad social corporativa, tema de suma actualidad en el ámbito de la gestión de empresas, puesto que cada vez más se les exige un comportamiento responsable por parte de la sociedad y éstas deciden actuar en consecuencia. Se detalla la principal normativa vigente en la actualidad en cuanto a la RSC, la Unión Europea muestra un creciente interés por la RSC reflejado en el objetivo estratégico - establecido por el Consejo Europeo de Lisboa en marzo de 2000- de "convertirse

en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 3). Se cierra la primera parte haciendo referencia al futuro que parece ser que va hacia el informe integrado.

La segunda parte se centra en el estudio de un caso, concretamente dentro del sector petrolero, y en particular la empresa Repsol, por ser una empresa puntera y reconocida internacionalmente por su compromiso con la RSC, transparencia y rigor informativo. Finalmente, se presenta una recapitulación de las ideas más relevantes y las principales conclusiones obtenidas, haciendo mención a las limitaciones y líneas futuras a desarrollar y se cierra el trabajo con las referencias bibliográficas citadas.

## **2. ANALISIS DE LA INFORMACION NO FINANCIERA**

Actualmente estamos siendo testigos de un nuevo concepto de empresa, abierta y mucho más transparente, a la que se demanda cada vez más información, exigiendo que ésta sea de calidad. En un primer momento, con la información contenida en los estados financieros era suficiente, pero con el paso de los años se ha hecho cada vez más necesario completarla con información relacionada con datos de carácter no financiero, tales como aspectos sociales y medioambientales. En este sentido, recientemente se ha aprobado la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, la cual introduce importantes modificaciones en lo que a publicación de información no financiera de las empresas se refiere, lo que pone de manifiesto tanto la gran importancia, como la actualidad del tema elegido como objeto de estudio en el presente trabajo.

Pues, la mayor parte de la información no financiera es de carácter voluntario, una parte de esta información es exigida por los organismos reguladores y debe ser incluida en la Memoria, en el Informe de Gestión o en otros documentos. La información financiera junto a la no financiera conforma el total de información sobre el negocio de la compañía, concepto que el FASB (2001) denomina “Business Reporting”

Por tanto está adquiriendo una dimensión relevante la denominada Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), definida por la Comisión Europea como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad» (Comisión Europea, 2011a).

Cabe destacar como la normativa jurídica y publicaciones académicas presentan nuevas definiciones de RSC. La nueva definición de RSC, por parte de la Comisión Europea, indica que la RSC supone una función que maximiza la creación de valor compartido e identifica, previene y atenúa las posibles consecuencias adversas de las compañías en el ejercicio de su actividad.

Esta definición, llega años después de la del Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas de 2001, en donde se afirmaba que "ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir (más) en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas".

Según J.M<sup>a</sup> Canyelles (coordinador RSC Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección de Empresas, ACCID) define, en 2007, la RSC como la responsabilidad que asume una empresa u organización ante la sociedad por los impactos de su actividad y por la corresponsabilidad en los asuntos comunes que afectan a la sostenibilidad del mercado, de la sociedad y del medio ambiente. En su máxima expresión, y más conectada con el sentido estratégico, pretende desarrollar un modelo de empresa con excelencia social que le permita crear valor compartido, es decir, valor económico y social a la vez.

La RSC se estructura como una política de empresa basada en el compromiso con el desarrollo humano y con la sostenibilidad global, a partir de la cual la organización incorpora en los procesos de creación de valor intereses e inquietudes de los agentes que legítimamente toman parte en su interés (accionistas, trabajadores, clientes, ciudadanos, proveedores, financiadores, reguladores, agentes sociales, organizaciones sociales...). La RSC supone un compromiso integral e integrado a partir de los cinco grandes vectores de impacto empresarial: económico, laboral, ambiental, social y buen gobierno.

Existen muchas investigaciones académicas donde se analiza si los resultados empresariales influyen en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Como dicen Longinos, et al. (2008) una forma indirecta de mostrar la RSC como recurso competitivo es la relación con los resultados financieros. Hay que definir qué se considera resultados empresariales y según Peloza (2009), las medidas de valoración más habituales utilizadas como resultados empresariales, detectadas en los diferentes estudios de RSC y resultados empresariales, son el precio de la acción, return on equity (ROE), return on assets (ROA) o return on sales (ROS) a pesar de que la medida más dominante es el precio de la acción.

Es ampliamente citado el artículo de Griffin y Mahon (1997) donde incluyen todo un resumen de estudios realizados entre 1972-1997 donde se analiza la evidencia empírica entre RSC y resultados financieros. A partir de esta revisión, describen que no hay consenso entre la vinculación RSC y resultados financieros. La mayoría de estudios dan una vinculación positiva, pero también hay estudios donde la vinculación es negativa e incluso, hay estudios que han encontrado relaciones positivas y negativas a la vez. Otra investigación, desarrollada en una muestra de bancos comerciales por Simpson, et. al. (2002) demuestran que hay una relación positiva entre las dos variables.

También investigadores, como Orlitzky et al. (2003) concluyen, con el apoyo de un metaanálisis, que hay una moderada vinculación positiva entre la RSC y los resultados financieros de las empresas.

Otras investigaciones realizadas, en empresas canadienses que cotizan en bolsa, por Mahoney, et.al (2007) demuestran que no hay relación significativa entre RSC y resultados financieros.

Según Reverte, (2008), no hay ninguna rentabilidad empresarial que explique la RSC. Este autor, que analiza el conjunto de las empresas del IBEX-35, considera que las variables que más influyen en la RSC son la exposición de la empresa a los medios, seguido del tamaño y del sector industrial al que pertenecen. Tal como comenta el autor hay muchos estudios donde hay una relación positiva entre la RSC y las rentabilidades empresariales (Belkaoui y Karpik, 1989; Cowen, et al., 1987; Ismail y Chandler, 2005; Roberts, 1992;

Ullman, 1985), aunque hay estudios empíricos que no confirman esta relación positiva (Archel, 2003, Brammer y Pavel, 2008; Carmona y Carrasco, 1988; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Moneva y Llena, 1996).

Vilanova et al. (2008) argumentan que la RSC está relacionada con la competitividad de la empresa a través del ciclo de innovación de la misma. Para estos autores la competitividad de la empresa incluye cinco ámbitos: indicadores financieros, calidad del producto/servicio, productividad, innovación e imagen/reputación. También Surroca et. al. (2009) proponen un modelo incluyendo recursos intangibles, tradicionalmente percibidos como la base de la ventaja competitiva de la empresa (Barney, 1991; Dierickx y Cool, 1989; Wernerfelt, 1984) siendo tal vez el link que podría explicar la relación entre rentabilidad financiera y RSC. Surroca et al. (2009) establecen la hipótesis que no hay relación directa entre RSC y resultados financieros pero que hay un círculo vicioso conectando las dos rentabilidades a través de los intangibles. Esta hipótesis se confirma, de tal manera que si la rentabilidad aumenta también lo hará la responsabilidad social, sólo si nuevos intangibles se han desarrollado. Por tanto, el desarrollo de los intangibles es el factor clave en mejorar las rentabilidades financiera y de responsabilidad, formando el círculo vicioso.

Para Jaime Urceley, la sostenibilidad de la empresa “es el compromiso de la compañía con el desarrollo sostenible en su triple dimensión económica, social y medioambiental”. El libro de Jaime Urceley al que hacemos referencia, incluye un estudio que EOI-Escuela de Negocios realizó el pasado año sobre la ‘Integración de la Responsabilidad Social de la Empresa en la Gestión de las Pymes y su incidencia en el empleo’ y en el que se investigó 65.078 empresas de Cataluña, Navarra, Andalucía y Extremadura. El informe, revela que el 60,5% de las pequeñas y medianas empresas consultadas “no conocía ni había oído hablar” de la sostenibilidad corporativa. Otro de los datos que arroja este estudio es que las “pymes comerciales son las que más desconocen” las prácticas de buen gobierno



corporativo. La premisa de la que parte Urcelay en su obra es que las empresas son “socialmente responsables” al “satisfacer las necesidades de clientes”, “generar riqueza”, y “crear y desarrollar empleo”. Pero, a la vez, matiza que dejan de serlo cuando “sus productos o servicios en lugar de satisfacer las necesidades humanas causan daños a las personas o las satisfacen pero con poca calidad”. En el libro, elaborado con Área de Investigación y Estudios de la Fundación EOI, Jaime Urcelay explica que el impacto social del buen gobierno corporativo no tiene las mismas consecuencias “en todas las empresas, en todos los sectores, ni en todas las localizaciones, ni en todos los momentos”. Algunas de las variables que condicionan los efectos sociales son “el producto o servicio que la empresa oferta”, “el número de empleos que la empresa genera” y “las condiciones del proceso de fabricación”.

En este sentido, Urcelay clasifica las empresas en “irregulares”, que son las que “incumplen preceptos legales que tratan de proteger los derechos o los intereses de los empleados, consumidores, la Hacienda Pública, el medio ambiente”; y en “tóxicas”, que son las que centradas en los “beneficios económicos y la rentabilidad prescindien de cualquier consideración moral de su actividad, y hacen del cumplimiento aparente de la ley un uso en ocasiones abusivo”.

*(La Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las Pymes, Jaime Urcelay)*

La RSE trata, en definitiva, de que las empresas asuman una responsabilidad y un comportamiento ético frente a la sociedad, el medio ambiente y sus interlocutores («stakeholders»), de forma que integren voluntariamente las preocupaciones sociales y medioambientales en su actividad y, por consiguiente, tengan en cuenta no solamente los resultados económicos sino también la forma de obtenerlos.

En efecto, a principios de la década pasada, el Consejo Europeo de Lisboa ya apuntó a la RSE como un elemento para contribuir a una economía europea basada en el conocimiento más competitivo y dinámico, capaz de crecer económicamente de manera sostenible, así como de mejorar el empleo y la cohesión social. Dicho Consejo fue el punto de partida de la denominada Estrategia de Lisboa, que ha sido renovada y sustituida por la Estrategia Europa 2020, la cual ha marcado tres prioridades básicas: el crecimiento inteligente, el crecimiento sostenible y el crecimiento integrador (Comisión Europea, 2010).

En el actual contexto debemos reconocer el efecto positivo que la RSE tiene como vehículo de competitividad, sostenibilidad y cohesión social, siendo numerosos los estudios realizados en esta materia (Aguinis y Glavas, 2012). Efecto favorecedor del crecimiento sostenible, del comportamiento responsable y de la creación de empleo duradero, reside esencialmente la justificación de la Estrategia Europa 2020 y la importancia de la RSE como herramienta para contribuir a la recuperación de la economía. Como reconoció el Consejo Estatal de

Responsabilidad Social Empresarial (CERSE), «la incorporación de la RSE a la gestión de las empresas ha supuesto un valor cada vez más tangible, y una herramienta que contribuye a la superación de la crisis, motivo por el que se propone su fomento y apoyo desde todos los estamentos de la sociedad» (CERSE, 2011).

La Estrategia Europa 2020 ha venido a reforzar la importancia que tiene la divulgación de información de carácter social y medioambiental, incluida la relacionada con el clima, como elemento para la asunción de responsabilidades y para la contribución al aumento de la confianza del público en las empresas. Hasta el punto de promover la aprobación de normas que incorporan obligaciones de información no financiera a determinadas empresas.

Por tanto debe considerarse la Guía de la Comisión Nacional del Mercado de Valores para la elaboración del informe de gestión de las entidades cotizadas, de 29 de julio de 2013, que, entre otros aspectos, contiene una serie de recomendaciones para las entidades cotizadas que incluyan información ambiental y social en el informe de gestión (CNMV, 2013). Así, la referida Guía recomienda la descripción de los aspectos ambientales importantes para la entidad y la forma en que intenta minimizar el impacto causado por su actuación, y en particular:

- Los objetivos de la entidad en relación con el desempeño relativo a las variables ambientales, así como la política que define el compromiso general de su actuación, incluyendo una descripción de los sistemas de gestión medioambiental en funcionamiento durante el ejercicio.

- Los recursos disponibles para hacer frente a los objetivos anteriores, incluyendo la política de atención a las demandas y litigios que se puedan presentar.

- Los procedimientos relacionados con la formación y la sensibilización relativos a aspectos ambientales, así como aquellos procedimientos de seguimiento y medición y de acciones correctivas y preventivas; y

- Los incentivos públicos para la protección del medio ambiente utilizados, tales como subvenciones y desgravaciones fiscales, y recomendándose proveer una descripción del grado de aplicación de aquellas medidas de protección ambiental.

Ello, no obstante, no exime de incluir en las cuentas anuales la información que proceda de conformidad con las normas de registro y valoración del Plan General de Contabilidad (Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre), el cual, además, dedica un apartado específico del contenido de la memoria de las cuentas anuales a la información sobre medio ambiente (apartado 15)<sup>15</sup>. En particular, la memoria facilitará información sobre:

- La descripción y características de los sistemas, equipos e instalaciones más significativos incorporados al inmovilizado material, cuyo fin sea la minimización del impacto medioambiental y la protección y mejora del medio



ambiente, indicando su naturaleza, destino, así como el valor contable y la correspondiente amortización acumulada de los mismos, siempre que pueda determinarse de forma individualizada, así como las correcciones valorativas por deterioro, diferenciando las reconocidas en el ejercicio, de las acumuladas.

- Los gastos incurridos en el ejercicio, cuyo fin sea la protección y mejora del medio ambiente, indicando su destino.
- Los riesgos cubiertos por las provisiones correspondientes a actuaciones medioambientales, con especial indicación de los derivados de litigios en curso, indemnizaciones y otros; se señalará para cada provisión la información requerida para las provisiones reconocidas en el balance.
- Las contingencias relacionadas con la protección y mejora del medio ambiente, incluyendo la información exigida en general para las contingencias.
- Las inversiones realizadas durante el ejercicio por razones medioambientales.
- Las compensaciones a recibir de terceros.

Finalmente, cabe señalar que, para el depósito de las cuentas anuales en el Registro Mercantil, los administradores de las sociedades de capital deben realizar una manifestación acerca de si, en las cuentas del correspondiente ejercicio, existen partidas de naturaleza medioambiental que deban ser incluidas en la memoria según el Plan General de Contabilidad.

### **3. REQUISITOS DE INFORME NO FINANCIERO**

Sobre la base de favorecer el desarrollo de aquellas empresas que, más allá de la legítima búsqueda del beneficio económico, persigan objetivos de interés general que potencien mejoras sociales, éticas o medioambientales, la Comisión Europea puso de manifiesto la necesidad de presentar una propuesta legislativa que incidiera en la transparencia de la información social y ambiental facilitada por las empresas de todos los sectores (Comisión Europea, 2011).

Tras obtener el plácet del Parlamento Europeo, la Comisión presentó una propuesta de reforma de la Directiva 2013/34/UE, que persigue dos objetivos fundamentales:

- La coordinación de las disposiciones nacionales aplicables a la divulgación de información no financiera, relativa a determinadas grandes empresas, con el fin de garantizar los intereses de las empresas, los accionistas y las demás partes interesadas.
- Establecer determinados requisitos legales mínimos acerca del alcance de la información no financiera, con el fin de mejorar la coherencia y la

comparabilidad de la información no financiera divulgada en la Unión Europea.

Como resultado de ello, la reciente reforma de la Directiva 2013/34/UE ha introducido la exigencia de que las grandes empresas elaboren un estado que contenga determinada información no financiera, ya sea mediante su inclusión en el informe de gestión o bien elaborando un informe separado que, referido al mismo ejercicio que incluya la información financiera, se publique conjuntamente con el informe de gestión.

Además, el informe separado deberá publicarse en la web de la empresa dentro de los seis meses siguientes al cierre del ejercicio. El estado no financiero o el informe separado deberá contener determinada información no financiera en la medida en que resulte necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación de la empresa, y el impacto de su actividad.

Dicha información debe referirse, al menos, a cuestiones medioambientales y sociales, así como relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, y deberá incluir:

- Una breve descripción del modelo de negocio de la empresa.
- Una descripción de las políticas que aplica la empresa en relación con dichas cuestiones, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados.
- Los resultados de esas políticas.
- Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la empresa, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la empresa gestiona dichos riesgos.
- Los indicadores clave de resultados no financieros, que sean pertinentes respecto de la actividad empresarial concreta

En lo que a cuestiones medioambientales se refiere, el informe no financiero debe incluir información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente, y, en su caso, la salud y la seguridad, el uso de energía renovable o no renovable, las emisiones de gases de efecto invernadero, el consumo de agua y la contaminación atmosférica.

Además, cabe hacer referencia a algunas consideraciones como arma de la RSC, ha de tener en cuenta al menos tres aspectos fundamentales:

- Analizar la tendencia de las demandas sociales: Seguir su evolución y anticiparse puede conferir a la empresa una ventaja competitiva sostenible. Esto es especialmente interesante en nuestros días, donde la diferenciación por intangibles es más difícil de imitar y de erosionar que la basada en costes. Con el tiempo las demandas sociales tienden a ser crecientes y, a menudo, acaban convirtiéndose en norma. La evidencia empírica demuestra

que con el paso del tiempo las presiones sociales tienden a ser más intensas, limitando correlativamente el grado de autonomía y de decisión de la empresa

- Intentar evitar causas sociales especialmente controvertidas (Lantos, 2001, p. 616): La empresa ha de eludir la asunción de objetivos sociales o apoyar causas que puedan discriminar negativamente, excluir o perjudicar a alguno de sus públicos objetivos. Las demandas sociales no siempre son coincidentes, incluso pueden entrar en conflicto. Por ello, la empresa antes de tomar cualquier decisión ha de valorar la posibilidad de que el objetivo social considerado pueda servir para ganarse la desaprobación de algún stakeholder y perder competitividad. Un ejemplo bastante conocido es el de Dayton Hudson (gran distribuidor de EE.UU.), que realizó una contribución a Planned Parenthood (maternidad planificada) que le supuso la repulsa de los grupos en favor de la vida, llegando muchos de sus componentes a romper sus tarjetas de crédito (extendidas por Dayton Hudson) en el exterior de los grandes almacenes. En un intento de evitar la pérdida de clientes, la empresa realizó una nueva contribución para ayudar a la causa de estos últimos y se ganó la aversión de los grupos a favor del aborto.
- Objetivos sociales valorados y coherentes con la estrategia de la empresa: Puesto que la organización empresarial no puede por sí misma satisfacer todas las demandas sociales ha de seleccionar aquellos objetivos sociales que sean especialmente valorados por la clientela y por los grupos de interés que ejerzan mayor presión o influencia sobre su actividad. De hecho, la forma en que la organización gestione las relaciones con sus interlocutores, especialmente con las personas que trabajan en la misma y consumidores, puede tener un impacto significativo en los resultados financieros, convirtiéndose en una fuente de diferenciación (Berman et al., 1999, p. 501). Además, los objetivos seleccionados deben ser coherentes con la estrategia global de la empresa. La coherencia de objetivos puede generar sinergias que redunden en una mayor competitividad.

La implantación de estrategias o acciones de RSC, como cualquier otra estrategia empresarial, no está exenta de riesgos, entre los que podemos mencionar:

- Incremento de costes, fundamentalmente, a corto plazo
- Desvío de los objetivos y prácticas de trabajo habituales
- Generación de expectativas irreales
- Enfoque inadecuado de las actividades de RSC, por ejemplo, no valoradas suficientemente por los principales interlocutores o grupos de presión.

La empresa antes de emprender una estrategia de RSC ha de sopesar estos riesgos que, en muchos casos, pueden reducirse mediante una adecuada planificación estratégica. Ahora bien, la existencia de riesgos no implica que

haya de desmerecer, o despreciar las posibles ventajas asociadas a la satisfacción de las nuevas demandas sociales. Además, una correcta planificación estratégica ayuda a identificar aquellos aspectos de RSC más coherentes con la filosofía y estrategia global corporativa. Esto, a su vez, contribuirá a aumentar o consolidar las ventajas derivadas de la RSC, generando así ventajas competitivas sostenibles.

VENTAJAS	RIESGOS
Mejora de la imagen y reputación de la empresa	Incrementos de costes a corto plazo
Diferenciación de la empresa y/o productos (factor de competitividad)	Desvío de objetivos y prácticas de trabajo habituales
Mayor satisfacción de los interlocutores (recursos humanos, clientes)	Generación de expectativas irreales
Cumplimiento de la legalidad y supervivencia a largo plazo.	Enfoque inadecuado de RSC debido a inexperiencia

*Fuente: Elaboración propia*

### ***Empresas que entran en el ámbito de la Directiva 2013/34/UE***

El ámbito de aplicación de los requisitos sobre divulgación de información no financiera se extiende a las empresas de interés público cuyo número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio sea superior a 500 y cuyo importe neto de la cifra de negocios, total activo y número medio de trabajadores determine su calificación como empresa grande, en los términos definidos por la Directiva 2013/34/UE.

Las sociedades de interés público que formulen cuentas consolidadas también están incluidas en el ámbito de aplicación de esta norma siempre que el grupo se califique como grande, en los términos definidos por la Directiva 2013/34/UE, y el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio por el conjunto de sociedades que integran el grupo sea superior a 500.

No obstante, una empresa dependiente perteneciente a un grupo estará exenta de la obligación anterior si la empresa y sus dependientes están incluidas en el informe de gestión consolidado de otra empresa.

Por otro lado, y en cualquier caso las pequeñas y medianas empresas quedan eximidas de la obligación de incluir una declaración no financiera, así como de requisitos adicionales vinculados a dicha obligación.

(DIRECTIVA 2014/95/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO)

#### **4. PAPEL DE AUDITORES**

Los auditores de cuentas y las sociedades de auditoría de cuentas únicamente deben comprobar que se haya facilitado el estado de información no financiera.

En este sentido, resulta necesario modificar la redacción del artículo 35 de la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, sobre el informe de auditoría de cuentas anuales de entidades consideradas de interés público a efectos de esa ley, para incluir y precisar la actuación de los auditores de cuentas, por una parte, de las entidades afectadas por esta modificación legislativa en cuanto a la información contenida en el citado estado de información no financiera, y, por otra parte, de sociedades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales, en relación con cierta información contenida en el informe de gobierno corporativo a incluir en el informe de gestión.

En ambos casos, conforme a lo previsto en la Directiva 2014/95/UE, la actuación del auditor se limitará únicamente a la comprobación de que la citada información se ha facilitado en los informes correspondientes.

#### **5. CONCLUSIONES**

En la actualidad, cada vez más las empresas se ven en la necesidad de dar respuesta a las demandas de todos sus grupos de interés, y en definitiva a la sociedad en su conjunto, facilitándoles información sobre la repercusión de sus actuaciones en todos los ámbitos, no solo en el económico, sino también en el social en el sentido más amplio del término y en el medioambiental. En este contexto, la información financiera se muestra claramente insuficiente para satisfacer las exigencias de todos los interesados y ello hace que las empresas, fundamentalmente aunque no exclusivamente las de mayor tamaño, vengán facilitando información de carácter no financiero como complemento ineludible de la información contable tradicional.

Durante los últimos años hemos sido testigos de cómo las empresas prestan cada vez más atención a la transparencia y accesibilidad, de modo que empleados, clientes, accionistas, y terceros en general, es decir, todos los distintos grupos de interés, puedan conocer la estrategia y el compromiso ético de la empresa, que sin duda se plasmará en sus actividades y todo su ámbito de actuación, siendo esta consciente de que ello sin duda redundará en su propio beneficio, en términos no solo de rentabilidad económica, sino en cuanto a imagen, reconocimiento,

reputación y todo ese conjunto de intangibles que en el entorno económico actual son los que más contribuyen a la creación de valor.

La información se torna así como algo totalmente esencial, al convertirse en un instrumento clave para generar confianza y garantizar la supervivencia de las empresas.

Las nuevas características del entorno económico y social han creado una dinámica ante la cual las empresas han de posicionarse. Hoy en día no basta con buscar el beneficio económico únicamente, sino que a las empresas se les exige que sean socialmente responsables y para ello se han visto obligadas a integrar en su estrategia y en su gestión estas políticas, de manera que se vea implicada toda la organización, desde la cúpula hasta el último eslabón, integrando de este modo su compromiso con la sociedad.

En el presente estudio se ha puesto de manifiesto la evolución a lo largo del tiempo, desde mitad del siglo pasado hasta la actualidad, en la información adicional a la de carácter contable que los interesados han ido demandando a las empresas y ellas han tenido que elaborar y publicar para dar respuesta a sus expectativas y exigencias.

En sus orígenes la información no financiera permanece en segundo plano, pues lo único que interesaba a las empresas era la obtención del máximo beneficio posible.

Será en los años 70 cuando las organizaciones empiecen a tener la necesidad de distinguir entre información financiera y la no financiera.

Durante la década de los 80, con el surgimiento del concepto “desarrollo sostenible” las empresas buscan el equilibrio entre desarrollo económico, desarrollo social y la protección del medio ambiente. Es en este momento cuando la contabilidad ambiental se consolida como un segmento especializado dentro de las organizaciones.

A partir de entonces, en la década de los 90, se produce el auténtico despegue de la información no financiera consolidándose el concepto de RSC y el nacimiento de las memorias de sostenibilidad, herramientas fundamentales a la hora de presentar toda la información de carácter no financiero y que ayudan a las empresas a transmitir una imagen equilibrada y razonable acerca de su desempeño en materia de sostenibilidad.

A pesar de todos los avances, es en la actualidad cuando empezamos a ser testigos del auténtico cambio, pues se empieza a demandar que toda la información, tanto financiera como no financiera, se integre de manera que se relacione la estrategia, el gobierno y el desempeño financiero, con el entorno social, económico y ambiental en que opera la organización, surgiendo así el informe integrado.



A través del recorrido histórico realizado, han quedado patentes los aspectos que seguidamente se recogen:

- Con el paso de los años la información no financiera ha ido evolucionando y ganando peso respecto a la información de tipo financiero, al principio muy lentamente, para posteriormente llegar a una situación actual en la que es más que evidente la responsabilidad que las empresas tienen ante todos los distintos impactos positivos y negativos que puedan ocasionar a la sociedad.
- Queda claramente comprobado la importancia de la información no financiera dentro de las empresas. Cada vez están más comprometidas con la sociedad y buscan comunicar toda aquella información que los distintos grupos de interés demandan, siendo así de suma importancia la existencia de las memorias de sostenibilidad, conocidas con diferentes denominaciones, pues cada vez son más las organizaciones que publican este tipo de documentos.
- A pesar de que la voluntariedad es uno de los fundamentos para la publicación de este tipo de informes llama especialmente la atención que existan que los hagan obligatorios como es el caso de la Directiva 2014/95/UE.
- Como línea de futuro es importante destacar el surgimiento del Informe integrado, herramienta que servirá a las empresas para responder a las distintas necesidades de información de todos sus grupos de interés, avanzando desde un enfoque básicamente financiero a uno global que incluya toda la información relevante para evaluar el desempeño e impacto de tu

Concluimos diciendo que no hay duda de lo importante que es la información no financiera para las empresas pues permite establecer mecanismos de gestión apropiados para proteger, incrementar y aprovechar correctamente los activos de las empresas de una forma cada vez más consolidada y coherente.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arenas, D.; Lozano, J.M; Vilanova, M. (2008): "Exploring the Nature of the Relationship Between CSR and Competitiveness". *Journal of Business Ethics*, 87 (S1), 57-69.

Berman, S., Jones, T., Kotha, S. y Wicks, A., (1999): "Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance", *Academy of Management Journal*, vol. 42, núm. 5, pp. 488-506.

CERSE (2011): «El papel de la RSE ante la crisis económica: su contribución a un nuevo modelo productivo, la competitividad y el desarrollo sostenible», Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial, 3 de mayo.

CNMV (2013): «Guía para la elaboración del informe de gestión de las entidades cotizadas», Comisión Nacional del Mercado de Valores, 29 de julio.

Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 3 y p.7

Comisión Europea (2001): «Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas», Bruselas, 18 de julio, COM (2001) 366 final.

Comisión Europea (2002): «Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible», Bruselas, 2 de julio, COM (2002) 347 final.

Comisión Europea (2006): «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo: Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE», Bruselas, marzo, COM (2006) 136 final.

Comisión Europea (2010): «Comunicación de la Comisión: Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador», Bruselas, 3 de marzo, COM (2010) 2020.

EOI Empresas. ISBN: 978-84-88723-72-7. Nº págs.: 192 , Jaime Urcelay

Gobierno de España (2013): "Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno", BOE, nº 295, de 10 de diciembre de 2013, páginas 97922 a 97952. (Consultado el 5-3-2015)

Griffin, J.; Mahon, J. (1997): "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five years of Incomparable" Research. Business and Society, 36, 5-31.

Longinos, J.; River, M.; Rubio, A. (2008): "La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: Un análisis empírico". Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 17 (3), 27-41.

Mahoney, L.; Roberts, R.W. (2007): "Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms". Accounting Forum, 31 (3), 233-253.

Orlitzky, M.; Reines, S.L; Schmidt, F.L.; (2003): "Corporate Social and financial performance: A meta-analysis". Organization Studies, 24 (3), 403-441 .

Parlamento Europeo (2013): «Resolución del Parlamento Europeo, de 6 de febrero de 2013, sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible», 2012/2098 (INI).

Parlamento Europeo (2014): «Resolución legislativa del Parlamento Europeo, de 15 de abril de 2014, sobre la propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifican las Directivas 78/660/CEE y 83/349/CEE del Consejo en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre la diversidad por parte

de determinadas grandes sociedades y determinados grupos», Estrasburgo, 15 de abril de 2014.

Pelozo, J. (2009): "The Challenge of Measuring Financial Impacts From Investments in Corporate Social performance". *Journal of Management*, 35 (6), 1.518-1.541.

Reverte, C. (2008): "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms". *Journal of Business Ethics*, 88 (2), 351-366.

Surroca, J.; Tribo, J.A.; Waddock, S. (2009): "Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources". *Strategic Management Journal*, 31 (5), 463- 490.