

LA INFORMACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA Y LOS REGISTROS CONTABLES DE LA EMPRESA COMO PARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA¹

POR DANIEL ROQUE VÍTOLO

Sumario

a) Dada la nueva realidad económica y social que presenta el mundo, y la aparición del concepto cada vez más arraigado de Responsabilidad Social Empresaria, que involucra a una cantidad significativa de protagonistas y actores en el proceso de transformación de la empresa de una estructura cerrada que perseguía efectos formales propios –entre los cuales se destacaba el lucro– y su nueva concepción como un subsistema dentro de un sistema social más amplio, y las implicancias colaterales que tal nueva concepción aneja, es imprescindible entender que la información económica, financiera y contable que deben elaborar las empresas trasciende las necesidades propias, para conformar uno de los elementos del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresaria.

b) Ello, en el área de las finanzas, la economía, los recursos humanos, el impacto medioambiental y hasta la acción social.

c) Del mismo modo, resulta necesario el reflejo contable de los activos intangibles a modo de transparencia del real valor empresario y de la verdadera dinámica del negocio.

¹ Con estos conceptos y en esta línea de pensamiento también hemos formulado ponencias ante las *XVII JORNADAS NACIONALES DE INSTITUTOS DE DERECHO COMERCIAL* que se llevó a cabo los días 19 y 20 de agosto de 2010, en el Hotel del Seguro, La Falda, provincia de Córdoba, y en el *III SEMINARIO DE DERECHO CONTABLE* organizado por la Universidad de La Plata, llevado a cabo el 27 de agosto de 2010.

1. *Ante una nueva realidad: la empresa y su inserción social*

Como ha sido expuesto por la doctrina, el mundo económico se mueve, cada vez más, dominado por la información, los factores tecnológicos, la búsqueda del conocimiento, el marketing, mientras que las comunidades y la sociedad global tienden a aumentar su preocupación por la estabilidad social, aspectos filantrópicos, humanitarios, medioambientales y otros. Sobre todo luego de las catástrofes producidas en la última década, muchas de las cuales tiene correlación con aspectos vinculados a la forma en la cual las empresas expresan sus estados de situación patrimonial, económicos y financieros.

Esto lo ha expresado magníficamente una profesora española²; en el entorno económico actual la contabilidad no parece reflejar información alguna sobre las inversiones más significativas de las empresas, tales como tecnología, capital humano, imagen y perspectivas; elementos todos ellos intangibles que carecen de presencia en los estados contables. De hecho se observan importantes diferencias entre la valoración contable y la que establece el mercado sobre las empresas, en muchos casos o en cierta medida, atribuible a la ausencia de información contable sobre los intangibles, o contingencias derivadas de procesos dinámicos del mercado.³

Nosotros venimos predicando desde hace más de tres décadas⁴ respecto de que así como en las organizaciones en general, en el enfoque de la empresa tradicional prevalecía el criterio de considerarla un *sistema cerrado*, o instrumento racional para el logro de *objetivos fijos* (formales) entre los cuales prevalecía el *lucro*, la complejidad de las condiciones sociales de nuestra época y la velocidad del desarrollo tecnológico y consiguiente cambio social –y decíamos esto hace más de 30 años–⁵ motivaron un

² LARA BUENO; María Isabel de. *La responsabilidad social de la empresa: implicaciones contables*, Edisofer, Madrid, 2003.

³ Por ejemplo cuestiones fiscales, o de Derecho de la Competencia.

⁴ Ver VÍTOLO, Daniel Roque. "La función social de la nueva empresa y sus implicancias jurídicas", Revista *Dirección y Gestión*, Ed. BIE, Buenos Aires, 1979; ídem, Sobre el concepto de sociedad comercial, *Boletín Informativo Empresario*, BIE, Buenos Aires, 1979; ídem *Iniciación en el estudio del Derecho Mercantil y de la Empresa*, Ed. Ad Hoc, 1^a. Edición 1991; ídem *Sociedades Comerciales, Ley 19.550 comentada*, Ed. Rubinzal Culzoni, Buenos Aires, 2007.

⁵ Ver nota anterior.

nuevo enfoque de la empresa como un *sistema abierto* que *interactúa constantemente con el contexto*, del que recibe insumos (ingresos) y al que provee productos o servicios (egresos).

La empresa ya no se concibe –ni puede concebirse– como un ente aislado que existe en un vacío, sino *dentro de dicho contexto*, a cuyas influencias y presiones está sujeta.

En otros términos, el enfoque del sistema abierto considera a la empresa como un *subsistema social* que funciona *dentro de un sistema social* más amplio.

Este análisis llega a plantearse la influencia de la acción que el subsistema ejerce sobre el sistema global, y es allí donde aparece la relación entre *poder y responsabilidad social*. Resulta interesante la posición de Davis y Blomström⁶, quienes sostienen que casi todo el poder ejercido por la empresa es *funcional*, es decir que el poder que la sociedad otorga a la empresa es más o menos suficiente para que ésta desempeñe las funciones que la sociedad espera de ella. Es un poder, entonces, *para hacer algo*, más que un *poder sobre algo o alguien*.

Así, siguiendo estos conceptos, las responsabilidades sociales de los empresarios surgen de la cantidad de poder social que poseen.

Y esta nueva realidad precisa de nuevas reglas de funcionamiento, fiscalización y de registro.

2. El nuevo escenario en materia de información financiera y contable

Mucha agua ha corrido por debajo del puente desde la época en que Luca Pacioli⁷ y Benedetto Cotrugli⁸ –su precursor– concibieron y explicaron la contabilidad por partida doble, donde tales mecanismos⁹ fueron ideados para aprovechamiento del propio comerciante.¹⁰

⁶ Ver DAVIS, K. y BLOMSTRÖM, J. *Business and Society: Environment and Responsibility*. New York, McGraw Hill, 1975.

⁷ PACIOLI, Luca. *De las cuentas y las escrituras*. Madrid. AECA, 1994.

⁸ Ver HERNÁNDEZ ESTEVE, E. "Benedetto Cotrugli, Precursor de Pacioli en la Exposición de la Partida Doble", *Cuadernos de Estudios Empresariales*, N° 2, Madrid, 1992.

⁹ GONZÁLEZ JIMÉNEZ, L. *Sistemas de información contable*, Ed. Civitas, Madrid, 1996.

¹⁰ Puede verse AGUINIS, Ana María. "Balance y rendición de cuentas en las sociedades comerciales. Aspectos jurídicos contables", en *La Ley* 1979-D-

No caben dudas de que en un concepto moderno, y no bien se advierta la evolución del concepto,¹¹ los objetivos de la información financiera y contable están determinados y condicionados por el escenario político, económico, social y legal en el que se desenvuelve un modelo contable¹², y qué necesidades tengan.¹³ De allí que se haya invertido el eje respecto del cual gira la información desplazándose del sistema contable mismo hacia el *usuario o receptor* de los informes contables¹⁴ y para ello es crítico determinar quiénes pueden ser considerados usuarios contables pues, en base a esta última definición se establecerá la necesidad de que los estados contables suministren información suficiente para éstos.¹⁵ Claro está que el entorno económico y social a que aludimos con anterioridad también marcará la conformación de la lista, toda vez que los nuevos usuarios de información han ido apareciendo según los distintos contextos económicos y sociales del momento.¹⁶

994; HALPERIN, Isaac y BUTTY, Enrique M. *Curso de Derecho Comercial*, Ed. Depalma, Buenos Aires, 2000, FARGOSI, Horacio P. "Anotaciones sobre la documentación y contabilidad en la Ley de Sociedades Comerciales", en *La Ley* 147-957; MARTORELL, Ernesto E. "La reforma de la normativa contable de la Ley de Sociedades Comerciales y su análisis", en *La Ley* 1984-C-1208; MORRONE, Salvador G. "La registración contable y el reflejo preciso de la intención de las partes en las relaciones empresarias, en *R. D. C. O.* 1997-10.

- ¹¹ Puede verse al respecto BIONDI, Mario. *Tratado de Contabilidad Intermedia y Superior*. Quinta Edición Actualizada. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 1997; idem, *Interpretación y análisis de los Estados Contables*. Quinta Edición. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 1996; CHAVES, Osvaldo A.; PAHLEN ACUNA; Ricardo J. M., y otros. *Sistemas Contable*. Edición MACCHI, Buenos Aires, 2001; FOWLER NEWTON, Enrique. *Contabilidad Superior*. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 2001; FRONTI, Luisa y otros. *Modelos Contables: Revalúo Técnico*. Ediciones Nueva Técnica S.R.L. 1992/1997. Buenos Aires; entre otros.
- ¹² ONIDA, Pietro. *El balance de ejercicio en las empresas*, Ed. El Ateneo, Buenos Aires, 1951.
- ¹³ Ver DEL BRIO GONZÁLEZ, E. "La responsabilidad social de la contabilidad", en *Técnica Contable*, n° 564, 1995.
- ¹⁴ En la Revista *Técnica Contable* existe un magnífico artículo de CARMONA, S. sobre este tema: "La contabilidad como proceso de legitimación", N° 487, 1989.
- ¹⁵ Puede verse BLANCO, M. I. y otros. *Introducción a la contabilidad. Contabilidad Financiera*, Prentice Hall, Madrid, 1999; idem, BUENO, E., CANIBANO, L. y RIBAS, E. *La contabilidad como instrumento de planificación y control en la empresa*, Romagraf, Barcelona.
- ¹⁶ Puede verse BALZER, Wolfgang y MATTESICH Richard. "Formalizing the basis of Accounting". En *Poznan Studies in the sciences and the hemanities*. No 75 (2000, pp. 99-126); CANIBANO CALVO, Leandro. *Teoría actual de la Contabilidad*. Segunda edición. Madrid: Ediciones ICE, 1979; EBRERO

En nuestros días, como nunca, han aparecido nuevos sujetos que pueden ser considerados como usuarios de la información contable económica y financiera de las empresas; en especial luego de la debacle de los mercados y los escándalos financieros de 2001, de 2008, la actual crisis de 2010 y las crisis estaduales en los países que constituían los impulsores del paradigma de la denominada "Nueva Economía."

A modo de mera ejemplificación, pueden señalarse como los nuevos usuarios de la información contable, económica y financiera de las empresas¹⁷, los siguientes: a) la propia empresa, b) sus administradores, c) sus socios o accionistas; d) los inversores; e) sus trabajadores; f) los sindicatos; g) sus clientes; h) los consumidores; i) sus proveedores; j) sus acreedores; k) los analistas; l) las fuentes estadísticas; ll) sus consultores; m) sus competidores; n) las organizaciones sociales; ñ) los entes públicos, y o) los investigadores; entre otros.

3. *Hacia un nuevo sistema de información contable*

Como consecuencia del fenómeno expuesto y la evolución de la información contable en la que deja de tener interés exclusivamente el propietario de la empresa, aumentando el número de agentes demandantes, se produce un incremento en los requisitos de información exigidos a la empresa, pues se pretende de ella contribuciones de: a) mayores requerimientos informativos; b) aumento en la frecuencia de la información; c) tendencia a publicar diferentes estados financieros a varios niveles de agregación según los diferentes usuarios y el tamaño o dimensión de

CUADRADO, Amparo y VALMAYOR LÓPEZ, Lina. *Metodología de la Investigación Contable*. Madrid: McGRAW-HILL, 1999; FERNÁNDEZ PIRLA, José M. *Teoría económica de la contabilidad*. Madrid: ICE, 1970; FRANCO RUIZ. *Contabilidad Integral*. Investigar: Armenia, 1995; GONZALO ANGULO, José Antonio y TUA PEREDA, Jorge. *Introducción a la Contabilidad Internacional*. Madrid: Instituto de planificación contable, 1988; MATTESICH, Richard. "Hacia una fundamentación general y axiomática de la ciencia contable". En *Revista Técnica económica*, No 4 (abril, 1956); ROMERO LEON, Henry Antonio. "Hacia una crítica de la racionalidad contable", en *Revista Legis del Contador*. No. 3 (julio-septiembre, 2000); pp. 9-65; TUA PEREDA, Jorge. *Principios y normas de contabilidad*. Madrid: ICE, 1983; VLAEMMINCK, Joseph H. *Historia y Doctrinas de la Contabilidad*. Madrid: Editorial E.J.E.S., 1961; entre otros.

¹⁷ Ver DIEZ DE CASTRO, J. y REDONDO LÓPEZ, C. *Administración de Empresas*, Pirámide, Madrid, 1996.

la empresa; d) posibilidad de suministrar información selectiva, que incluya o no determinados datos en función de sus destinatarios; e) utilización de técnicas no tradicionales; y f) aumento y aparición de diferentes canales de comunicación.

Todo esto conlleva a la aparición de la necesidad de incluir información adicional o complementaria, lo cual rompe los moldes de los estados tradicionales y altera los procedimientos típicos.¹⁸

Y también en este campo se han llevado a cabo avances desde la tendencia inaugurada por la legislación y tradición anglosajona que encontró en las Notas Explicativas adicionales una forma de volcar este aumento de información relevante en un grado tal que llevó a Hendricksen¹⁹ a principios de la década de 1970 a denominar a aquel momento de la información contable "*la era de las Notas...*"

La doctrina²⁰ ha advertido que hasta el momento la información contable en la mayoría de los países del mundo ha girado tradicionalmente en torno a un reducido grupo de documentos que pretenden mostrar, fundamentalmente, tres aspectos relevantes de la gestión empresarial: a) la posición de equilibrio financiero de la empresa, mediante el balance de la situación; b) los logros económicos alcanzados por la actividad empresarial, a través de la cuenta de resultados; y c) las variaciones de la posición financiera mediante el estado origen y aplicación de fondos, o bien por medio de flujos de caja.

Por ello es que las empresas además de la información y cuentas exigidas por la ley, muchas veces generan otra información complementaria llamados los *estados contables complementarios* o *informales*. Y a través de estos estados complementarios lo que se pretende es generar una información original y que no esté disponible en el resto de las cuentas anuales, perfectamente conciliables.²¹

Para determinar estos estados complementarios no hay parámetros rígidos, dado que como la contabilidad es flexible,

¹⁸ Ver TUA PEREDA, J. *Principios y normas de contabilidad*, Instituto de planificación contable, Madrid, 1983.

¹⁹ HENDRICKSEN, Eldon S. *Teoría de la Contabilidad*. U.T.E.H.A, México, 1974.

²⁰ Ver GALLIZO LARRAZ, J. L. *Los estados financieros complementarios*, Ed. Pirámide, Madrid, 1993.

²¹ Ver PANCORBO DE RATO, A. *Plan general de contabilidad 1990: un análisis crítico del cuadro de financiación*, Técnica Económica, n° 156, 1996.

puede adaptarse a las necesidades informativas de los diversos usuarios²², y cabe formular tantos estados o agregados contables como partes puedan establecerse dentro del conjunto total de cuentas que perfeccionen la unidad económica.²³

Lo que sí se han esbozado en la doctrina son criterios para el diseño de los sistemas de información bajo tres modelos básicos²⁴:

a) Considerar que todos los usuarios conforman un solo grupo, y en este caso los estados contables a confeccionarse serán únicos para que cualquier demanda informativa se adapte a los mismos.

b) Considerar que cada usuario tiene sus características propias y personales, en cuyo caso los estados contables deberán ser muy abiertos y poco restrictivos para que cada uno pueda satisfacer sus propias necesidades.

c) Considerar que pueden identificarse grupos homogéneos de usuarios y en este caso se elaborarían informes y estados complementarios para cada grupo.

Por nuestra parte, adherimos a la tercera opción, en la medida en que consideramos que la primera alternativa -a)- es mantener un *status quo* inaceptable y que la segunda -b)- resulta inviable, pues no puede haber contabilidad "a la carta" ni información diferenciada para cada usuario, además de que superaría cualquier razonable costo empresarial.

4. La información contable como parte de la Responsabilidad Social Empresaria

Bajo la creciente presión de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), de los grupos de consumidores y, a partir de ahora también, de los inversores, las empresas y los sectores de actividad adoptan cada vez más códigos de conducta en materia de condiciones laborales, derechos humanos y protección del medio ambiente, dirigidos principalmente a sus subcontratistas

²² BLACK, H. A., CHAMPION, J. E. y BROWN, R. G. *La contabilidad y las decisiones administrativas*, Ed. Plana, México, 1971; entre otros.

²³ Ver RODRÍGUEZ ARIZA, L. *La agregación en la contabilidad*, ICAC, Madrid, 1990.

²⁴ Ver JIMÉNEZ CARDOSO, S. M. "Características de la Toma de Decisiones Relevantes para el Diseño de Sistemas de Información eficaces", *Técnica Contable*, N° 575, 1996.

y proveedores. Las encuestas revelan que los consumidores no sólo desean adquirir productos seguros y de calidad, sino también tener la certeza de que se han elaborado de manera responsable desde el punto de vista social. En los últimos años los inversores han considerado que la inversión socialmente responsable en materia social y de protección del medio ambiente es un indicador fiable de una buena gestión interna y externa. De este modo, las prácticas socialmente responsables abren una vía que permite conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

La Responsabilidad Social Empresaria supone una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medioambiente, materializándose a través del desarrollo de acciones y programas relacionados con la geografía y la comunidad en la que se encuentra inserta la empresa.

Dentro de la empresa, las prácticas socialmente responsables afectan en primer lugar a las inversiones en capital humano, salud y seguridad y gestión del cambio. Incluyen, además, las prácticas respetuosas con el medio ambiente relacionadas con la gestión de los recursos naturales empleados en la producción. Fuera de su estructura interna, las empresas colaboran, asimismo, con la comunidad local, proporcionando, fundamentalmente, puestos de trabajo, salarios, servicios e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la buena salud, de la estabilidad y de la prosperidad de las comunidades donde operan. En ese sentido, la responsabilidad social de las empresas se extiende a una amplia variedad de partes interesadas que incluye a socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG's defensoras de la comunidad local y del medio ambiente.

La empresa trasciende su rol económico tradicional; y ello ha sido advertido desde hace años.²⁵

²⁵ ACKERMAN, R. W. *The Social Challenge to Business*, Cambridge MA: Harvard University Press, 1975; ACKERMAN, R. W. y BAUER, R. A. *Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma*, Cambridge MA: Harvard University Press, 1976; CARROLL, A. B. "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance", *Academy of Management Review* 4: 497-505, 1979; CLARKSON, M. B. E. "Defining, Evaluating and Managing Corporate Social Performance: The Stakeholder Management Model". *Research in Corporate Social*, 1991; LEVITT, T. "The Dangers of Social Responsibility". *Harvard Business Review*, Sep.-Oct., 1958.

Hoy, ya se la visualiza como creadora de riqueza, impulsora de la investigación y desarrollo, generadora de bienestar social y fuente de empleo.

Es creciente el número de empresas que explicitan hoy su responsabilidad social y asumen voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias, intentando elevar los niveles de desarrollo social, participando activamente en la protección medioambiental y ejerciendo y haciendo ejercer los derechos humanos.

Estas empresas adoptan, además, criterios de gobierno abiertos y transparentes, que tratan de conciliar los intereses de los distintos grupos de interés (*stakeholders*), enfocando la calidad y la viabilidad en la toma de decisiones.²⁶

Tal como lo propone el Libro Verde, elaborado por la Comisión de las Comunidades Europeas la responsabilidad social se basa en asociaciones en las que todos los agentes sociales –entre los que el empresariado tiene un papel preponderante– desempeñan un rol activo y de alto nivel de compromiso en la resolución de las cuestiones que hacen a la problemática de la comunidad.

El concepto de Responsabilidad Social Empresaria es un tema ampliamente debatido mundialmente, de importancia creciente y que provoca, según la lente con que se lo interprete, choque de intereses. La dificultad principal puede residir, precisamente, en cómo acotar, cómo definir y cómo fijar sus límites máximos y mínimos. Muchas veces, cuestiones ideológicas extremas pretenden asignarle a la Responsabilidad Social Empresaria

²⁶ Las empresas organizan sus responsabilidades y sus relaciones con las distintas partes interesadas de manera diferente en función de sus particularidades sectoriales y culturales. En general, las empresas tienden a adoptar una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde indican sus objetivos, sus valores fundamentales y sus responsabilidades respecto a las partes interesadas. Estos valores se reflejan posteriormente en medidas en toda la empresa, añadiendo una dimensión social o ecológica a sus programas y presupuestos con el fin de realizar auditorías sociales o medioambientales y establecer programas de formación continua. Numerosas multinacionales ya están elaborando informes sobre su actitud en materia de responsabilidad social. Aunque los informes sobre la protección del medio ambiente o la salud y la seguridad sean habituales, aquellos que, por ejemplo, tratan sobre los derechos humanos o el trabajo infantil no lo son tanto. Para que dichos informes sean útiles, debe llegarse a un consenso a escala mundial sobre el tipo de información que se va a publicar, sobre su estructura y sobre la fiabilidad de los procedimientos de evaluación y auditoría.

alcances casi insospechados, mientras que, en el otro extremo, la reducen a la mera generación de utilidades.

Es obvio que los programas de Responsabilidad Social Empresaria en el corto plazo pueden generar disminuciones de rentabilidad, dada la inversión en distintos proyectos de mejoramiento comunitario; pero ello no debe ser un obstáculo para el desarrollo de esta nueva realidad social.

La incidencia de la responsabilidad social en el ámbito de la información financiera es, como lo ha señalado prestigiosa doctrina²⁷, evidente; no sólo por los efectos directos que tiene sobre la misma, sino por el deber de informar que adquiere la empresa.

Entre las repercusiones que se han señalado merecen ser destacadas las siguientes:

a) La información financiera aumenta notablemente la gama de usuarios a los que se dirige, y a la vez aumenta considerablemente su contenido.

b) Las definiciones de la contabilidad como disciplina científica comienzan a incluir elementos que, de forma más o menos directa, aluden a su dimensión social.²⁸

c) Los planteamientos teóricos de la contabilidad, y en especial el postulado de entidad, han acusado también en mayor o menor medida, el impacto de la responsabilidad social.

d) Es fundamental, para el desarrollo económico, el acceso a la información financiera.

Aunque hasta ahora el fomento de la responsabilidad social de las empresas se haya llevado a cabo por grandes empresas y multinacionales, reviste gran importancia para cualquier tipo de empresa y sector de actividad, desde las pequeñas y medianas

²⁷ Ver TUA PEREDA, J. y GONZALO ANGULO, J. A. *ob. cit.*

²⁸ Ver MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto y TRISTANCHO VÁSQUEZ, Gabriel. *Conocimiento, metodología e investigación contable*, Santa Fe de Bogotá: Edmezz, 2da edición, 1997; MONTESINOS JULVE, Vicente. "Formación histórica, corrientes doctrinales y programas de investigación de la contabilidad". En: *Revista Técnica Contable* octubre, 1978; REQUENA, José María. *Epistemología de la contabilidad como teoría científica*. 2a edición. Málaga: Editorial Universidad de Málaga, 1981; ROMERO LEÓN, Henry Antonio. "Teorías científicas y teoría contable". En. *Revista Legis del Contador* No. 8, octubre-diciembre, 2001; pp. 107-174; SUÁREZ PINEDA, Jesús Alberto. "Cosmovisión social de la contabilidad como disciplina científica". En *Revista Legis del Contador*, No 5, enero-marzo, 2001; pp. 135-194; TASCÓN FERNÁNDEZ, María Teresa. "La contabilidad como disciplina científica". En *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*, No 26 y 27, marzo-septiembre, 1995; pp. 67-104.

empresas (PYME) hasta las multinacionales. Cabe decir que determinadas PYME asumen ya su responsabilidad social, principalmente a través de una participación a nivel local. Las cooperativas de trabajadores y los sistemas de participación, así como otras formas de empresas, como las cooperativas, las mutuas o las asociaciones, integran en su estructura los intereses de otras partes interesadas y asumen de forma espontánea responsabilidades sociales y civiles.²⁹

5. La responsabilidad Social de la Empresa como un activo intangible

El patrimonio puede estar compuesto por elementos materiales e inmateriales, todos ellos objeto de representación en los

²⁹ Es interesante compulsar la cuestión vinculada a lo que se ha dado en denominar la Inversión Socialmente Responsable. En los últimos años ha aumentado mucho la popularidad de la inversión socialmente responsable (ISR) entre los grandes inversores. Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a minimizar los riesgos anticipando y previendo crisis que pueden dañar la reputación y provocar caídas espectaculares del valor de las acciones. La demanda de fondos ISR está aumentando rápidamente en Europa y las empresas de inversión más importantes responden a este incremento de la demanda sacando al mercado más fondos de este tipo, pero se ha publicado poca información sobre su número, su importancia y sus resultados, salvo en el Reino Unido, donde la inversión socialmente responsable constituye el 5 % de todos los fondos invertidos. Los fondos ISR invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos. Dichos criterios pueden ser negativos, lo que excluye a las empresas tabaqueras y productoras de bebidas alcohólicas y armas. Los criterios pueden ser también positivos y dirigirse a empresas activas en el ámbito social y medioambiental. Otra posibilidad importante con la que cuentan los inversores para conseguir que la dirección de una empresa adopte prácticas socialmente responsables es el «activismo accionario». Se espera que este activismo cobre mayor relevancia a medida que aumente la importancia otorgada a las cuestiones de gobernanza empresarial y el desarrollo de los fondos de pensiones. No obstante, para que la ISR aumente más, los mercados financieros deben ser más conscientes de sus posibilidades de rentabilidad. A semejanza del Social Investment Forum, que se creó en 1991 en el Reino Unido, recientemente se han establecido foros de inversión social (FIS) en Francia, Alemania, los Países Bajos e Italia para ofrecer información sobre las políticas de responsabilidad social de las empresas y favorecer y promover el desarrollo de la ISR. Se espera que el foro de inversión social europeo, una red de FIS nacionales, apoye la expansión futura de la ISR.

documentos contables y con peculiaridades y ciertas dificultades en su proceso de medición y valoración.³⁰

Pero la singularidad de los elementos intangibles dificulta aún más su representatividad contable, haciéndola incluso, en algunos casos, no factible.³¹

Es por ello, que la contabilidad ha recibido importantes críticas al no poder plasmar en sus documentos informativos los activos considerados más importantes de una organización empresarial, acusando a esta falta de información como la principal causa de la diferencia existente entre el valor contable y el valor de mercado de las empresas.³²

En este contexto de gran trascendencia y desarrollo de activos intangibles, la responsabilidad social empresaria puede mostrarse también como un elemento diferenciador de las empresas, y por tanto como uno de sus activos intangibles,³³ ya que, por el momento, la responsabilidad social empresarial no se concibe como un comportamiento normalizado dentro de la actividad empresarial, sino como un comportamiento "excepcional", y por tanto que la hace diferenciarse del resto.

Así, las actuaciones dentro del marco de lo que viene denominándose Responsabilidad Social Empresaria, genera valor para la empresa, un valor de naturaleza intangible, de difícil medición y cuya propiedad es difícil de constatar, pero que sin duda transmitirá a todos los agentes sociales, y que contribuye

³⁰ Ver en este punto LARA BUENO, María Isabel de. *La responsabilidad... cit.*

³¹ Ver MARTINEZ OCHOA, L. "Activos intangibles e información contable". *Partida Doble*, n° 81; 1997.

³² La importancia atribuida a los activos intangibles reside en su capacidad de crear valor dentro de la organización, de tal modo que se considera que estos activos poseen los atributos capaces de generar aquellos elementos diferenciadores en las empresas que les otorguen una verdadera posición competitiva en el mercado. Es precisamente su característica de intangibilidad la que otorga a estos recursos la capacidad de inimitabilidad que los hace tan atractivos.

³³ Por otra parte, como ha señalado alguna parte de la doctrina, el propio suministro de información de contenido social proclama ante la sociedad la Responsabilidad Social de la Empresa de la entidad, contribuyendo, este hecho en sí mismo, a generar parte del valor que crea la actuación empresarial en el marco de la responsabilidad social. De hecho, la mayoría de las empresas que desarrollan acciones en este ámbito, efectúan un proceso de comunicación de los mismos al exterior, con el objeto de dar a conocer su implicación social, contribuyendo a potenciar su imagen de empresa socialmente responsable.

a generar uno de los activos que puede ser más valorados por la empresa, como es su imagen o reputación.³⁴

Por tanto, la contabilidad, cuyo objeto es el patrimonio, y que por tanto debe tender a buscar el mecanismo de representación y medición de todos sus elementos patrimoniales, también debe reflejar los aspectos relativos a la RSC, puesto que constituye parte de los activos inmateriales empresariales.³⁵

6. A modo de conclusión

Dada la nueva realidad económica y social que presenta el mundo y la aparición del concepto cada vez más arraigado de Responsabilidad Social Empresaria, que involucra a una cantidad significativa de protagonistas y actores en el proceso de transformación de la empresa de una estructura cerrada que perseguía efectos formales propios –entre los cuales se destacaba el lucro– y su nueva concepción como un subsistema dentro de un sistema social más amplio, y las implicancias colaterales que tal nueva concepción aneja, es imprescindible entender que la información económica, financiera y contable que deben elaborar las empresas trasciende las necesidades propias, para conformar uno de los elementos del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresaria.

Ello, en el área de las finanzas, la economía, los recursos humanos, el impacto medioambiental y hasta la acción social.

Del mismo modo, resulta necesario el reflejo contable de los activos intangibles a modo de transparencia del real valor empresarial y de la verdadera dinámica del negocio.

³⁴ Para un mayor desarrollo de la diversa literatura que fundamenta este enfoque puede consultarse CAÑIBANO, L. y otros. "La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas: Revisión de la literatura". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, n° 100, 1999.

³⁵ Ver NOMEN, E. "Activos intangibles y política de empresa". *Harvard Deusto Business*, n° 71, 1996.