



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

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.2/ISAR/42
20 de agosto de 2007

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión de la Inversión, la Tecnología y
las Cuestiones Financieras Conexas
Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos
en Normas Internacionales de Contabilidad
y Presentación de Informes
24º período de sesiones
Ginebra, 30 de octubre a 1º de noviembre de 2007
Tema 4 del programa provisional

**ORIENTACIONES SOBRE LOS INDICADORES DE LAS
RESPONSABILIDADES DE LAS EMPRESAS
EN LOS INFORMES ANUALES**

**Las necesidades de información de los interesados y
los criterios de selección de indicadores básicos**

Nota de la secretaría de la UNCTAD

Resumen ejecutivo

En este documento se ofrece una información básica sobre la labor del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR) y se hace una relación detallada de los usuarios y los usos de los informes de responsabilidad empresarial y los criterios de selección adoptados por el ISAR para elaborar las directrices aplicables a la inclusión de indicadores de la responsabilidad empresarial en los informes anuales de las empresas. El presente documento forma parte integrante de las orientaciones del ISAR sobre este tema.

Desde su 20º período de sesiones, el ISAR reconoce que hay una demanda de mayor pertinencia y comparabilidad de los informes de responsabilidad empresarial, así como la necesidad de ofrecer orientaciones técnicas para la inclusión voluntaria en los informes anuales de las empresas de información sobre su responsabilidad empresarial. En el 23º período de sesiones del ISAR se acordó que la UNCTAD siguiera perfeccionando y ultimando la labor del ISAR en esta esfera para poder ofrecer a las empresas un instrumento técnico de carácter voluntario.

Este trabajo se inició en cumplimiento del mandato del ISAR de promover la armonización de las prácticas óptimas de presentación de informes empresariales, y en respuesta al llamamiento del Consenso de São Paulo a la UNCTAD para que realizase estudios analíticos con miras a facilitar y mejorar las contribuciones positivas de las empresas al desarrollo económico y social de los países en desarrollo receptores.

ÍNDICE

	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
INTRODUCCIÓN.....	1 - 4	4
I. LOS INTERESADOS Y SUS NECESIDADES DE INFORMACIÓN	5 - 19	5
II. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE INDICADORES BÁSICOS	20 - 30	9
A. Características de calidad	20 - 28	9
B. Principios rectores	29	11
C. Limitaciones	30	12
III. CONCLUSIÓN	31	12
<i>Anexo:</i> Indicadores de ecoeficiencia		13

INTRODUCCIÓN

1. En su 23º período de sesiones, el ISAR acordó que "la UNCTAD debía seguir perfeccionando y ultimando la orientación sobre indicadores seleccionados de la responsabilidad de las empresas y su metodología de medición con miras a ofrecer a las empresas un instrumento técnico de carácter voluntario" (TD/B/COM.2/ISAR/35). En el presente documento pasa revista a los interesados en el comportamiento de una empresa y sus necesidades de información y se aportan algunos datos útiles sobre los criterios de selección y los principios rectores aplicados por el ISAR para elaborar los indicadores de responsabilidad empresarial. El presente documento se basa en el informe TD/B/COM.2/ISAR/29, presentado en el 22º período de sesiones del ISAR. Forma parte integrante del informe titulado "Orientaciones sobre los indicadores de las responsabilidades de las empresas en los informes anuales" (TD/B/COM.2/ISAR/38) y debe examinarse junto con él.

2. Entre los principios rectores que se abordan en este documento cabe mencionar tres dimensiones principales, que fueron objeto de las deliberaciones del Grupo de Expertos:

- a) La dimensión de desarrollo;
- b) La orientación hacia resultados; y
- c) La atención a los informes nacionales.

3. En su 21º período de sesiones el ISAR observó que la XI UNCTAD había situado la cuestión de la responsabilidad de las empresas, en particular la dimensión del desarrollo económico, en un contexto más amplio. El ISAR convino, en particular, que "esa información podría recoger también las contribuciones empresariales al desarrollo económico y social de los países receptores, así como la necesidad del fomento de la capacidad" (TD/B/COM.2/ISAR/26). En el 22º período de sesiones del ISAR se volvió a hacer hincapié en los aspectos de la responsabilidad empresarial vinculados con el desarrollo y se acordó que esta labor debía "continuar para recoger también las contribuciones empresariales al desarrollo económico y social de los países receptores" (TD/B/COM.2/ISAR/31). Además de resaltarse la dimensión de desarrollo de la responsabilidad empresarial, se ha dedicado especial atención a los indicadores de la orientación a resultados. En el 23º período de sesiones del ISAR, el Grupo de Expertos reconoció "el creciente interés de los encargados de redactar los informes sobre responsabilidad empresarial de crear informes más concisos, útiles y orientados a resultados" (TD/B/COM.2/ISAR/35). La tercera dimensión importante de la labor del ISAR en relación con la inclusión de la responsabilidad empresarial en los informes de las empresas se planteó durante las deliberaciones del 22º período de sesiones del ISAR, en las que se subrayó que los indicadores debían referirse sobre todo a la presentación de informes nacionales. Se observó que los informes nacionales resultaban más útiles a las partes interesadas de cada país y también se observó que los usuarios podrían, si así lo deseaban, unificar los informes nacionales a nivel regional o mundial.

4. Aunque se reconoce que la preocupación por las cuestiones ambientales es una característica importante de la responsabilidad empresarial, el presente proyecto no se centra en estas cuestiones ambientales, ya que el ISAR ha realizado ya una amplia labor en esta esfera. En 1989, el ISAR se ocupó del tema de la contabilidad ambiental de las empresas. En los años

siguientes, se publicaron varias recomendaciones en esta esfera: a) el informe de 1999 *Accounting and Financial Reporting for Environmental Costs and Liabilities* (UNCTAD/ITE/EDS/4); b) el informe de 2000 *Integrating Environmental and Financial Performance at the Enterprise Level* (UNCTAD/ITE/TED/1); y c) el manual de 2004 *Eco-Efficiency Indicators* (UNCTAD/ITE/IPC/2003/7). En el anexo se enumeran los cinco indicadores de ecoeficiencia señalados en el manual de 2004.

I. LOS INTERESADOS Y SUS NECESIDADES DE INFORMACIÓN

5. El concepto de responsabilidad de las empresas se basa en una teoría de gestión estratégica según la cual los gestores pueden añadir valor a una empresa si tienen en cuenta los efectos sociales y económicos de sus operaciones al adoptar decisiones¹. Esta teoría sostiene que lo mejor que los gestores pueden hacer para procurar la viabilidad a largo plazo de una empresa es lograr un equilibrio entre las necesidades de los interesados por las operaciones de la empresa y sus necesidades financieras para mantener e incrementar sus operaciones. Por consiguiente, la presentación de informes sobre los resultados de una empresa en este ámbito es un medio de proporcionar a los accionistas y otras partes interesadas (y también a los propios administradores) una descripción de las repercusiones de la empresa en la sociedad. Esta transparencia añadida puede hacer que la empresa sea más responsable ante las principales partes interesadas.

6. Las empresas deben mostrar de qué manera y hasta qué punto se hacen cargo de sus responsabilidades frente a los interesados por sus operaciones. A menudo, esas responsabilidades están descritas y definidas, aunque no de modo exhaustivo, en los reglamentos, códigos, leyes y acuerdos internacionales vigentes. Cada vez se exige más a las empresas que, como órganos de la sociedad, se muestren respetuosas con el derecho internacional y las declaraciones normativas aprobadas internacionalmente, lo que tiene un clarísimo reflejo en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. El incumplimiento de las expectativas de la sociedad en estas esferas puede hacer que una empresa pierda su licencia o su aceptación pública.

7. Por partes interesadas o interesados se entiende los grupos de personas que se ven afectadas por una empresa, y/o pueden influir en ella, sin ser necesariamente accionistas. Sus actos pueden influir en la marca y la reputación de una empresa, sus resultados financieros e incluso su licencia para operar.

8. Por consiguiente, comunicarse con los interesados y conocer sus opiniones es muy importante para que las empresas puedan proporcionar a su vez información pertinente. En esta tarea, las empresas deben tener presente que las ideas acerca de la utilidad y el uso que ha de hacerse de esa información se han de adaptar al grupo al que se dirigen. Para determinar las cuestiones fundamentales, las empresas pueden entablar un diálogo con las partes interesadas. Esto se puede hacer de varias maneras, por ejemplo, mediante grupos comunitarios, encuestas del personal, relaciones industriales, encuestas de los consumidores, sondeos de opinión,

¹ Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Nueva York, Pitman.

seminarios que incluyan diálogos sobre cuestiones específicas, y reuniones con expertos externos. Otro método es proporcionar a las partes interesadas los datos para ponerse en contacto con la empresa y/o formularios para que puedan presentar observaciones o comentarios, o utilizar los sitios web de la empresa para alentar a las partes interesadas a que hagan comentarios sobre la información que les interesa y sobre sus opiniones sobre el comportamiento de la empresa².

9. A continuación se presentan los principales grupos de partes interesadas y sus necesidades de información:

- a) Inversores e instituciones financieras;
- b) Asociados comerciales;
- c) Consumidores;
- d) Empleados;
- e) Comunidad circundante;
- f) Organizaciones de la sociedad civil;
- g) Gobiernos y sus instituciones.

10. Esta lista incluye principalmente grupos ya identificados como usuarios de los informes financieros, por ejemplo, por la Junta Internacional de Normas de Contabilidad³. Se estima que la inclusión de información sobre la responsabilidad empresarial en los informes anuales no sólo dará a los usuarios actuales de éstos una útil información adicional, sino que también ampliará el número de usuarios, incluyendo a otros grupos que tienen un interés particular en el impacto de la empresa en la sociedad.

11. Inversores e instituciones financieras. En los mercados financieros confluyen varias partes interesadas, entre ellas los accionistas, los prestamistas, los bancos, las agencias de calificación crediticia y los analistas. Aunque estas entidades tengan distintas necesidades de información, esta categoría de partes interesadas admite cada vez más la importancia de la información no financiera, en particular la información sobre la responsabilidad empresarial, para evaluar los resultados empresariales a largo plazo. Las distintas necesidades de información provienen en gran medida de los marcos temporales a que apuntan los diversos grupos, pues mientras los inversores a corto plazo pueden no estar demasiado interesados en los informes de responsabilidad empresarial, los inversores a largo plazo, como los fondos de pensiones, se

² Un ejemplo de esto es la sección "Tell Shell" del sitio web del Grupo Shell, www.shell.com.

³ La Junta Internacional de Normas de Contabilidad identifica en su marco a los usuarios de estados financieros para fines generales. Entre ellos figuran los inversores actuales y potenciales, los empleados, los prestamistas, los proveedores y otros acreedores comerciales, los clientes, los gobiernos y sus organismos, y el público. IASB (2005). *Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements*. www.iasb.org.

interesan cada vez más por este tipo de informes para juzgar mejor las futuras oportunidades, los riesgos, las obligaciones legales y la calidad general de la gestión. Además, hay otros factores distintos del marco temporal que hacen que aumente la demanda de más información sobre estas cuestiones. Por ejemplo, los administradores de los fondos de pensiones están sometidos a presiones no financieras para que pongan en consonancia los valores sociales de los beneficiarios de esos fondos con los resultados sociales de las empresas en las que el fondo invierte⁴. Otro ejemplo es el crecimiento de los fondos de "inversión socialmente responsable", que basan sus inversiones en información social y ambiental, así como en información financiera⁵.

12. Los indicadores de resultados no financieros son tenidos en cuenta por las instituciones financieras para valorar las empresas, en particular para evaluar los riesgos. En general, las instituciones financieras recaban información que les permita evaluar los resultados actuales y futuros de una empresa. Habitualmente, esas instituciones no están principalmente interesadas en mejorar los diferentes aspectos de la responsabilidad empresarial, sino en las repercusiones importantes que las cuestiones de responsabilidad empresarial pueden tener en la valoración de una empresa.

13. La información sobre la responsabilidad empresarial que requiere el sector financiero incluye las consecuencias financieras de las cuestiones de responsabilidad empresarial, la estrategia global de una empresa, su gestión del riesgo y de la reputación, el cumplimiento de leyes y reglamentos, las consecuencias de ampliaciones o cierres de instalaciones y decisiones similares. Para establecer criterios de referencia (por ejemplo, cuando las instituciones financieras seleccionan empresas para su inclusión en índices o fondos de inversión de carácter ético o social), la información se debe presentar de modo tal que permita realizar comparaciones.

14. Asociados comerciales. Entre los asociados comerciales figuran los actuales o posibles asociados de empresas conjuntas, los proveedores y los clientes. Las empresas que utilizan la presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial como parte de la debida diligencia con respecto a un futuro asociado comercial o para seleccionar una futura fusión o adquisición necesitan información que les permita evaluar los riesgos que podrían afectar a las operaciones de la empresa. Desean conocer de qué modo la empresa aborda las cuestiones de responsabilidad empresarial, incluidas las prácticas laborales, los derechos humanos, el cumplimiento de las normas legales y las prácticas de comercio leal (prácticas contra la corrupción y antimonopolio, respeto de los contratos, transferencias de tecnología, fijación de precios justos, pago oportuno de las facturas). Esta información debe referirse tanto a la empresa como a los asociados comerciales principales que constituyen la cadena de valor extensa de esa empresa. Un elemento importante de esta información es dar a conocer datos sobre la gobernanza de la empresa y los sistemas de gestión establecidos para abordar las cuestiones relativas a la responsabilidad empresarial.

⁴ La Iniciativa de inversión responsable organizada por la Iniciativa financiera del PNUMA es un ejemplo de presiones no financieras que impulsan la demanda de presentación de informes sociales. Véase www.unpri.org.

⁵ Se puede obtener más información sobre los fondos de inversión socialmente responsable en los Estados Unidos, por ejemplo, en el Social Investment Forum, una asociación industrial de inversión socialmente responsable (www.socialinvest.org).

15. Consumidores. Los consumidores están interesados en recibir información relativa a las medidas sobre seguridad de los productos, los efectos de los productos en la salud, la calidad de los mismos, la responsabilidad civil y las garantías por productos defectuosos, el desarrollo de nuevos productos y el proceso de fabricación. En lo tocante a esto último, desean conocer las circunstancias en que se fabrican los productos, por ejemplo, las condiciones de trabajo.

Los consumidores no son sólo los clientes actuales y futuros, sino también los ex clientes, que están interesados en las cuestiones relativas a la responsabilidad civil y las garantías frente a productos defectuosos derivadas de compras anteriores.

16. Empleados. Los empleados actuales y futuros de una empresa están interesados en la remuneración, los planes e intenciones de la empresa, las perspectivas de empleo, las condiciones de trabajo, la salud y la seguridad, las relaciones industriales, la gestión del riesgo y las oportunidades de desarrollo profesional. Los ex empleados de una empresa, en la medida en que reciban una jubilación u otras prestaciones análogas de la empresa, también tienen interés en conocer la situación financiera actual y futura de la empresa. Los sindicatos, como representantes de los empleados, ya tienen acceso a la información relacionada con los trabajadores, al menos en el caso de las empresas afiliadas. No obstante, pueden también considerar que la divulgación de información sobre cuestiones relativas a los trabajadores puede serles de utilidad para realizar comparaciones con otras empresas, industrias o países.

17. Comunidad circundante. Las cuestiones relacionadas con el desarrollo económico son por lo general la principal esfera de interés de la comunidad circundante de una empresa, lo que incluye cuestiones relativas al empleo, las aportaciones a la base impositiva y las repercusiones secundarias de una empresa (mediante vínculos comerciales locales y el efecto multiplicador de los sueldos en el plano local). Otros intereses principales de una comunidad son las cuestiones relativas a la gestión de la salud, la seguridad y sus riesgos a nivel local, y la información sobre las quejas comunitarias acerca de las actividades empresariales y el modo de tratarlas. En lo tocante a los riesgos que afectan a la seguridad, las comunidades tienen un interés natural en las contribuciones positivas de las empresas para evitar los abusos de los derechos humanos; en particular, necesitan garantías de que los empleados de seguridad armados de las empresas reciben una capacitación y una supervisión adecuadas. En algunos contextos, la comunidad local puede también estar preocupada por las repercusiones de las actividades de una empresa en la cultura local. Esas repercusiones pueden deberse a la introducción de nuevos productos o servicios, o a la generación de migraciones internas.

18. Organizaciones de la sociedad civil. Las organizaciones de la sociedad civil, especialmente las organizaciones no gubernamentales activistas y orientadas hacia las actividades de socorro, utilizan la información que aparece en los informes sobre la responsabilidad empresarial para distintos fines, por ejemplo como base para el diálogo con la empresa que presenta los informes. Las organizaciones de la sociedad civil están interesadas en una amplia variedad de cuestiones de responsabilidad empresarial, incluidas las prácticas laborales, los derechos humanos, las actividades de lucha contra la corrupción, el desarrollo económico y la protección ambiental. Están especialmente interesadas en obtener información que les permita establecer parámetros de comparación con otras empresas de la actuación de una empresa en este ámbito. También procuran obtener información sobre la política de responsabilidad empresarial y su aplicación.

19. Gobiernos y sus instituciones. Los gobiernos están interesados en el modo en que las empresas asumen responsabilidades frente a la sociedad, en las iniciativas voluntarias de las empresas en esta esfera, y en las consecuencias del compromiso social de las empresas. Los gobiernos necesitan esa información para formular políticas sociales y económicas e identificar las lagunas que pueda haber en materia de reglamentación y cumplimiento de las leyes. Algunas oficinas gubernamentales también utilizan esa información para escoger sus proveedores.

II. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE INDICADORES BÁSICOS

A. Características de calidad

20. Como sucede en el marco vigente para la presentación de informes financieros, que establece principios que determinan la utilidad de la información presentada por las empresas, los siguientes criterios de calidad se deben tener en cuenta para seleccionar los indicadores que satisfagan las necesidades comunes de una amplia variedad de usuarios de los informes sobre la responsabilidad de las empresas:

- a) Comparabilidad;
- b) Pertinencia e importancia relativa;
- c) Comprensibilidad;
- d) Fiabilidad y posibilidad de verificación.

21. Comparabilidad. Los usuarios deben poder comparar los indicadores a lo largo del tiempo y entre las distintas empresas a fin de determinar y analizar los resultados de los cambios de las políticas y la gestión. Para poder hacer comparaciones temporales, es importante divulgar la información correspondiente a períodos precedentes. Si se modifica la forma en que se mide, presenta o clasifica la información, las cifras comparativas se deben ajustar, a menos que no sea práctico hacerlo. Los motivos de las modificaciones se deben explicar mediante notas y, cuando no resulte práctico ajustar las comparaciones, se debe explicar la razón de ello, así como la naturaleza de los cambios que se requerirían.

22. Pertinencia e importancia relativa. Para ser útil, la información debe guardar relación con las necesidades de los usuarios para formarse una opinión o adoptar una decisión. La información es pertinente cuando influye en las opiniones o las decisiones de los usuarios, ayudándolos a evaluar los hechos pasados, presentes o futuros o bien confirmando o corrigiendo sus evaluaciones anteriores.

23. La pertinencia de la información se ve afectada por su carácter y su importancia relativa. En algunos casos, la naturaleza de la información basta por sí sola para determinar su pertinencia. En otros casos, resultan importantes tanto la naturaleza como la importancia relativa, expresadas en las variables cuantitativas relativas. Además, la pertinencia a menudo depende de circunstancias relacionadas con temas y acontecimientos recientes. Por lo tanto, podría ser pertinente facilitar más detalles, por ejemplo, desglosando algunos indicadores por categorías específicas u otros criterios.

24. La información es relativamente importante si su omisión, o la tergiversación de los hechos, puede influir en las decisiones de los usuarios. Por tanto, la importancia relativa depende de la magnitud del rubro o del error, valorado en las circunstancias particulares de su omisión o tergiversación. Por consiguiente, la importancia relativa proporciona un umbral o un límite y no las características cualitativas principales que la información debe tener para resultar útil. Se debe invitar a las empresas que decidan omitir un indicador invocando razones de importancia relativa a que expresen los motivos de esta decisión.

25. En la actualidad se sigue debatiendo la manera de elaborar nuevas orientaciones para la aplicación coherente del concepto de importancia relativa a los informes no financieros⁶. Los administradores de la empresa tienen la responsabilidad de adoptar decisiones adecuadas en lo tocante a la aplicación del principio de importancia relativa y sus efectos sobre el contenido de los informes de la empresa sobre la responsabilidad empresarial. La adopción de decisiones, por parte de la dirección de la empresa, en relación con el principio de importancia relativa, se debe ajustar preferiblemente a un proceso estructurado y fundado, aplicado coherentemente, para determinar cuál es la información que la empresa considera de importancia relativa, y, por tanto, que es necesario incluir en sus informes. Este proceso puede incluir: a) consultas internas con los funcionarios responsables, los consejos de administración y/o los comités de auditoría; b) la identificación de los grupos de partes interesadas importantes y las consultas con ellas; c) el examen de algunas cuestiones que desempeñan un papel en la política y el debate público sobre las actividades, los productos y la ubicación de una empresa; y d) directrices específicas de un sector industrial en lo relativo a la presentación de informes. El proceso de adopción de decisiones sobre la importancia relativa de la presentación de informes debe ser suficientemente transparente y comprensible para los terceros, y preferiblemente se debe divulgar en los informes de la empresa.

26. Comprensibilidad. La información sobre la responsabilidad de las empresas debe ser comprensible para el lector. Esto significa que la forma de presentación se debe ajustar a los conocimientos y la experiencia de los usuarios y debe tener las características siguientes: a) un buen diseño; b) una clasificación sistemática de los temas e indicadores; c) un uso conciso del lenguaje; y d) una explicación de los términos nuevos que aparezcan en el texto, o su inclusión en un glosario, para su mayor comprensibilidad. La pertinencia tiene prioridad sobre la comprensibilidad, pero ambos conceptos no deben considerarse mutuamente excluyentes. La información sobre asuntos complejos pertinentes para los usuarios no se debe omitir simplemente porque sea demasiado difícil que algunos usuarios la entiendan. Para que se interpreten correctamente, esos indicadores tendrían que notificarse en el contexto apropiado, como, por ejemplo, las políticas de información o las políticas conexas, los sistemas de gestión y los resultados anteriores. También sería útil utilizar objetivos, tanto para medir los resultados anteriores en relación con los objetivos correspondientes como para ofrecer pronósticos de los resultados futuros.

27. Fiabilidad y posibilidad de verificación. La información es fiable cuando no contiene errores materiales ni sesgos y ofrece una visión verdadera, completa y equilibrada de la situación

⁶ Véase, por ejemplo, las deliberaciones del Departamento de Comercio e Industria del Reino Unido en la publicación *The Operating and Financial Review Working Group on Materiality: A Consultation Document* (www.dti.gov.uk).

actual. La información debe ajustarse fielmente a la situación actual de la empresa y ser representativa de la misma; completa dentro de los límites de los datos pertinentes; equilibrada en su tratamiento de los hechos positivos y negativos; presentada en el contexto correcto; y exenta de errores importantes. También debe ser neutra, o sea exenta de todo sesgo. La presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial no es neutra si, mediante la selección o la presentación de los datos, influye en la adopción de decisiones o valoraciones para lograr un resultado predeterminado.

28. El indicador seleccionado debe permitir la verificación interna o externa. El indicador debe hacer posible la comparación con los datos en los que se basa.

B. Principios rectores

29. En sus períodos de sesiones 21º y 22º el ISAR identificó los cinco principios que a continuación se detallan, que se podrían utilizar para seleccionar los indicadores básicos para la presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial:

- a) Universalidad, para alcanzar un máximo de comparabilidad. En principio, los indicadores se deben aplicar a todas las empresas, con independencia del sector, tamaño o ubicación; el propósito es alcanzar un máximo de comparabilidad de la información comunicada.
- b) Enfoque gradual. Esto significa que los indicadores seleccionados deben referirse en primer lugar a cuestiones sobre las que la empresa tiene control y respecto de las cuales ya ha reunido la información pertinente, o bien tiene acceso a ella.
- c) Posibilidad de ser medidos de forma coherente. Debe ser posible que los indicadores seleccionados sean reconocidos, medidos y presentados de forma coherente. Esto permite la comparación a lo largo del tiempo y entre las distintas entidades.
- d) Orientados hacia las repercusiones y no hacia los procesos. Los indicadores seleccionados deben ayudar a los usuarios de los informes de las empresas a identificar las esferas de la responsabilidad de las empresas que requieren atención, y a comprobar el grado en que la organización se ocupa de esas esferas. Las repercusiones sociales de las operaciones empresariales no se pueden evaluar únicamente sobre la base de los procesos y políticas de gestión adoptadas por las empresas en el contexto de la responsabilidad empresarial.
- e) Informes nacionales y contribuciones positivas de las empresas al desarrollo. Los indicadores deben ayudar a analizar las contribuciones positivas de las empresas al desarrollo económico y social del país en el que opera. Por este motivo, los indicadores se deben notificar de forma unificada a nivel nacional, de modo que resulten útiles a las partes interesadas en determinado país y se puedan entender en el contexto de determinado país. Al seleccionar los indicadores, se tuvo en cuenta el trabajo de la UNCTAD sobre las contribuciones empresariales al desarrollo (TD/B/COM.2/EM.17/2).

C. Limitaciones

30. En su 21º período de sesiones, el ISAR reconoció que existían las siguientes limitaciones en la selección de los temas e indicadores básicos relativos a la presentación de informes sobre la responsabilidad empresarial.

- a) Costos y beneficios. La medición de indicadores y la presentación de información adicional sobre los mismos no debe imponer una carga no razonable a las empresas, especialmente a las de los países en desarrollo y las PYMES. El enfoque gradual ayuda a abordar esta cuestión, centrándose en los indicadores que pueden derivarse de los datos que la empresa ya ha recopilado o a los que tiene acceso durante el desarrollo habitual de sus actividades, sin ocasionar costos adicionales importantes.
- b) Confidencialidad. A menudo, la confidencialidad de la información comercial es una consideración práctica decisiva para el éxito de una empresa. Por lo tanto, en la selección de indicadores se debe respetar la confidencialidad de los datos comerciales y la de todo dato empresarial relacionado con el derecho a la intimidad de las personas físicas (por ejemplo, los datos de los empleados). No obstante, si un indicador determinado se considera importante para las necesidades de las partes directamente interesadas, esa importancia debe prevalecer sobre la confidencialidad comercial cuando esto no suponga un conflicto con las exigencias legales de mantener la confidencialidad de la información.
- c) Oportunidad. Si existe un retraso indebido en la presentación de la información, ésta puede perder su pertinencia. A la inversa, si la presentación de información se retrasa hasta que se conozcan todos los aspectos, la información puede resultar sumamente fiable pero de escasa utilidad para los usuarios, que entretanto han tenido que adoptar decisiones. Para que la información sea oportuna (y, por lo tanto, tenga una frecuencia adecuada), la empresa tiene que conseguir un equilibrio entre la pertinencia y la fiabilidad. La consideración fundamental a este respecto es cómo satisfacer las necesidades de información de los usuarios.

III. CONCLUSIÓN

31. De conformidad con las conclusiones convenidas en el 23º período de sesiones del Grupo de Expertos la secretaría de la UNCTAD presenta este documento sobre los informes de responsabilidad empresarial con miras a ultimar las orientaciones del ISAR sobre la divulgación voluntaria de información relativa a este tema. El ISAR podría decidir incorporar el presente documento a la metodología detallada de presentación de informes que figura en el documento TD/B/COM.2/ISAR/38 y difundir el documento combinado como instrumento técnico de carácter voluntario sobre la responsabilidad empresarial en los informes anuales.

Un instrumento técnico como este puede ser utilizado por las empresas, para mejorar sus informes, o por otras organizaciones que se interesan en los informes de responsabilidad empresarial, a las que podría servir como fundamento adicional de su trabajo, y como parámetro de comparación para analizar la información que divulgan las empresas en este ámbito.

Anexo

INDICADORES DE ECOEFICIENCIA

- a) Consumo de agua por valor neto añadido;
- b) Contribución al calentamiento mundial por unidad de valor neto añadido;
- c) Exigencias de energía por unidad de valor neto añadido;
- d) Dependencia de sustancias que agotan el ozono por unidad de valor neto añadido;
- e) Desechos generados por unidad de valor neto añadido.

Para más información sobre los indicadores de ecoeficiencia, véase la publicación de la UNCTAD *A Manual for the Preparers and Users of Eco-Efficiency Indicators* (UNCTAD/ITE/IPC/2003/7).
