



# Cuadernos de RSO

Publicación interdisciplinaria sobre  
**Responsabilidad Social de las  
Organizaciones**

Universidad Católica del Uruguay  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Departamento de Ciencias de la Administración  
Programa de Investigación sobre RSE



Universidad  
Católica del  
Uruguay

# CONTENIDOS » Vol. 2 – nº1 – 2014

6

## **Editorial**

7

## **El sentido de la empresa y la vocación del empresario.**

Carlos Hoevel

17

## **Estado de la Responsabilidad Social Universitaria. El aporte de AUSJAL a la institucionalización del enfoque en América Latina.**

Daniela Gargantini

36

## **Democratizando la información contable. Estados de Valor Agregado y la Huella de Valor.**

Luis Perera

53

## **Levantando las críticas a la RSE: el aporte de la Economía Civil.**

Oscar D. Licandro

70

## **El Buen Gobierno en las organizaciones de la sociedad civil**

Anabel Cruz

82

## **Techo: el caso de una organización social que aprendió a construir relaciones de colaboración con el sector privado.**

Natalia Camiruaga

98

## **BOOK REVIEW**

### **Experiencias de Negocios Inclusivos en Uruguay.**

**Oscar Licandro y Lucía Pardo.**

Comenta: Ana Lanero

100

## **TERCER SECTOR**

### **El Caso de Fundación Forge Uruguay**

Fernando Panizza

# Democratizando la información contable. Estados de Valor Agregado y la Huella de Valor.

## RESUMEN

Nuevas formas de reportar la gestión de la empresa están tomando forma en la actualidad. La contabilidad como institución social está evolucionando, tanto de manera ecológica como a través de diseños inteligentes, a una visión integrada de lo económico, lo social y lo ambiental. Es necesario avanzar en la democratización de la información empresarial, entendiendo por ello información que sea divulgada por una mayoría de empresas y leída y entendida por la mayoría de la gente. Pero estamos todavía en los comienzos de ese cambio de paradigma. En este artículo se describen distintos esfuerzos contemporáneos y en particular un estado de valor agregado, el denominado "Cuarto Estado" o "Huella de valor", que se propone como camino progresivo hacia la integración de información financiera y no financiera.

**Palabras Clave:** Reportes de sustentabilidad, Reportes integrados, Estados de valor agregado, Cuarto Estado Financiero, Huella de Valor.

## DATOS DEL AUTOR:

**Luis R. Perera Aldama**

**Título académico:** Contador Público. Licenciado en Administración.

**Pertenencia institucional:** Insead Social Innovation Center, Francia

**Cargo:** Executive-in-Residence

## CONTACTO:

[luis.perera@silpa.cl](mailto:luis.perera@silpa.cl)

Recibido: 16 / 05 / 2014

Aceptado: 07 / 07 / 2014

## INTRODUCCIÓN

Una nueva dimensión en el mundo de los negocios reconoce una demanda insatisfecha en la sociedad del presente: que las empresas o negocios incorporen al conjunto de sus responsabilidades y -como condición esencial para asegurar su sustentabilidad en el largo plazo- lo social y medioambiental, como complemento a su desempeño tradicional enfocado en utilidades. Pero, las medidas o mediciones de la actividad económica han estado sesgadas por una mirada, unos lentes que solo permitían observar una parte del fenómeno: la utilidad para el accionista o propietario.

Es tiempo de Humanizar las Finanzas, de construcción de herramientas que ayuden a generar confianza, presentando una mirada humana y más completa de las finanzas. Nos hacemos eco de lo que interpela el Papa Francisco: "Os exhorto a... una vuelta de la economía y las finanzas a una ética en favor del ser humano" (Evangelii Gaudium, 58). La propuesta es desafiante y

no menor: democratizar la información contable, entendiendo por tal llevarla a “los más” en clave aristotélica, frente a su característica aristocrática presente: ser entendida y usada por “los menos”.

## Empresa y sociedad

Este mundo global, de información en tiempo real, nos ha traído una manera de hacer negocios que sólo se sustenta en el tiempo si se da atención debida y balanceada a esos distintos intereses: el cuidado y acción responsable del medio ambiente, la transparencia de la información, el buen gobierno empresarial, la gestión éticamente correcta promoviendo prácticas de negocios sanas, el respeto a los integrantes de la cadena de valor (desde los proveedores hasta los consumidores), la atención y cuidado de la gente de la empresa en aspectos sociales, de salud, de seguridad, entre otros tantos aspectos que caracterizan el desempeño sustentable de una organización.

Y mientras que una condición necesaria de la sustentabilidad es que la empresa sea rentable o superavitaria, la condición de suficiencia se expresa mejor recurriendo a guías de orientación moral.

Nos dice la encíclica Caritas in Veritate:

*“La gestión de la empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyen a la vida de la empresa: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia” y aún más “...la obtención de recursos, la financiación, la producción, el consumo y todas las fases del proceso económico tienen ineludiblemente implicaciones morales. Así, toda decisión económica tiene consecuencias de carácter moral”*  
(Benedicto XVI, 2009).

Dado que “invertir tiene siempre un significado moral”, la encíclica de referencia exhorta a:

*“evitar que el empleo de recursos económicos esté motivado por la especulación y ceda a la tentación de buscar un beneficio inmediato, en vez de la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo –es decir su sustentabilidad-, su propio servicio a la economía real y la promoción, en modo adecuado y oportuno, de iniciativas económicas también en los países necesitados de desarrollo”* (Benedicto XVI).

Surge entonces de esta visión, una nueva necesidad: demostrar o revelar las otras dimensiones de acción que permitirán a un inversor confiar en esa empresa frente a otras, a un talento humano preferir trabajar en la misma, a un socio de negocios mantener una relación durable, a un consumidor responsable preferir sus productos, a un mercado otorgarle implícita o, cada vez más, explícitamente una licencia para operar.

Esto significa un reto específico y adicional a los ya existentes retos empresariales: exponer su gestión responsable en todos los ámbitos de actuación. Ya no basta con ser transparentes en la gestión económica, ni con ser socialmente responsables como organización, sino es condición indispensable para la perdurabilidad de la empresa y de las relaciones con sus grupos

de interés, la gestión responsable aunada con un ejercicio de transparencia corporativa, serio, sistemático y estratégico.

## **Una demanda social insatisfecha**

Estamos asistiendo de manera regular a un cuestionamiento permanente –tanto por parte del público en general, como de lectores avezados de estados financieros– sobre la suficiencia, la pertinencia o relevancia y la transparencia de la información que divulgan las empresas. Este cuestionamiento no conoce de fronteras, es también un fenómeno global. El público quiere saber más sobre las empresas y no de manera casual sino sistemática: para tomar mejores decisiones de inversión y de ahorro (balance adecuado entre la rentabilidad y los riesgos) y para evaluar la sostenibilidad de la empresa con pautas concretas sobre su legitimidad para operar: su conducta de hacer negocios y su ponderación equilibrada de temas económicos, sociales y ambientales.

Pero, las herramientas actuales de medición son insuficientes o, como se ha dicho al inicio, sesgadas. Se tornan necesarias nuevas maneras de medir y exponer lo que es y en qué contribuye una empresa a la sociedad. Y no de cualquier manera, sino de una manera entendible para el lector común, sin perjuicio del rigor técnico que lo haga serio y confiable.

## **Una visión humanista de empresa: su contribución al Bien Común**

Al decir de Jorge Garcés Fernández, un reconocido empresario chileno ya fallecido (2007):

*“Hoy existe una visión más profunda y de futuro de la actividad empresarial. No sólo es una actividad legítima y generadora de valor para los accionistas o propietarios, sino que se asume un rol frente a la comunidad. Su papel es, por una parte, la de ser una entidad creadora de riqueza, trabajo, producción y transformadora de bienes y servicios, pero por otra parte y en forma especial debe preocuparse del desarrollo integral y de la dignidad de cada una de las personas que la componen, atendiendo asimismo a quienes se verán beneficiados o perjudicados por los productos o servicios que esa empresa entrega al mercado”.*

Esta presión por mayor “accountability” de las empresas ha impulsado en todo el mundo la confección de informes o reportes que buscan integrar en un solo volumen los resultados económicos, ambientales y sociales de las firmas. Este tipo de documentos suelen llamarse “reportes de sustentabilidad” o “reportes de triple línea de resultados”, dado que en ellos se pretende presentar de modo integral todos los impactos de la actividad de la empresa, procurando así evitar o al menos minimizar “subsidiados cruzados” (típicamente, mejor resultado económico a costa de impactos ambientales o sociales). Esta es una tendencia ya presente en América Latina, donde muchas empresas han comenzado a confeccionar estos documentos.

Sin embargo, estos reportes no están exentos de críticas. Éstos “rara vez ofrecen un marco de referencia concreto... En cambio, hay recopilación de anécdotas acerca de actividades sin coordinación para demostrar la sensibilidad social de la compañía...” (Porter & Kramer, 2011). Por otro lado, recientes estudios destacan inconsistencias entre las políticas públicamente enunciadas de las compañías y la información brindada: por ejemplo, si los empleados constituyen el activo más importante, debería brindarse amplia información acerca de la inversión en el personal. Peor

aún, es común ver cómo en muchos casos estos reportes son realizados por áreas externas al negocio o son subcontratados a terceros: una agencia de comunicación o de imagen. En otras palabras, hay un riesgo de que estos informes sean poco más que una forma sofisticada de publicidad, un mero ejercicio de Relaciones Públicas: un documento muy poco objetivo, que es recibido con escepticismo, cuando no con cinismo.

## » PERO, ¿CUANTO SE HA AVANZADO Y CUANTO FALTA AÚN?

En la investigación llevada a cabo como parte de mi propuesta de trabajo doctoral (Perera, 2014) surgieron datos interesantes respecto del grado de madurez y evolución de la temática de información no financiera en general y de los reportes de sustentabilidad, en particular, que permiten afirmar que la dualidad entre evolución ecológica y diseños inteligentes (Smith, 2003), se está retroalimentando y dando lugar a un momento de quiebre propio de procesos de innovación (MacGregor & Fontrodona, 2008), en este caso en relación con la institución social de la contabilidad (Waymire & Basu, 2007); o sea, estamos asistiendo a un proceso de innovación en nuestra ciencia social de la administración de empresas. Sin embargo, aún se está lejos de llegar a "mainstream", entendiéndolo por ello "*la integración operacional en la toma de decisiones cotidianas y a todo nivel*" (Craig Smith & Lensen, 2009).

El número de papers académicos dedicados a información no financiera, tomando como fuente SSRN (Social Sciences Research Network) es, a febrero de 2014, 48 veces menor que los dedicados a información financiera. Por otra parte, la mayor parte de la literatura existente sobre temas de sustentabilidad y responsabilidad social corporativa es reciente; desde el comienzo de mi proyecto en Noviembre 2009 se ha publicado el 66 % de la literatura existente sobre "sustentabilidad" y el 96 % relacionado con "reportes integrados".

Sin embargo, la popularidad del término "sustentabilidad" queda de manifiesto a través del buscador Google: a febrero de este año los términos relacionados con la información y reportes no financieros más que duplican las búsquedas de información y reportes financieros. Más aún, los términos vinculados a sustentabilidad y responsabilidad social corporativa, en agregado, representan el 71% de las búsquedas en comparación con términos estrictamente financieros.

Esta evolución ha sido acompañada por el número de reportes de sustentabilidad publicados a nivel mundial, tanto según Corporate Register<sup>1</sup> (aproximadamente 6600 en 2013 contra 750 en 1999), como según Global Reporting Initiative's Sustainability Disclosure Database February 2014<sup>2</sup> (en 2549 en 2013 frente a 11 pioneros en 1999).

La comparación pone de manifiesto que entre 30% y 40% de los reportes de sustentabilidad que se publican adhieren a las guías del Global Reporting Initiative (GRI) como parámetro de preparación, lo que es particularmente importante en América Latina donde la comparación entre ambas fuentes revela la mayoritaria adhesión al GRI en el 90 % de los reportes registrados en Corporate Register.

1 [www.corporateregister.com](http://www.corporateregister.com)

2 [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

La evolución muestra además que el crecimiento fue constante e inmune, en principio, a las crisis económicas producidas, aunque se concentra en grandes empresas listadas en bolsa: el 87 % de los reportes GRI corresponden a grandes empresas (que emplean más de 250 personas, con ingresos de más de 50 millones de euros), siendo un 27 % aproximado de ellas multinacionales y un 59 % listadas en bolsa.

Sin embargo, se está lejos aún de una práctica generalizada. En efecto, esas empresas listadas en bolsa que preparan reportes de sustentabilidad de acuerdo a las guías GRI solo representan el 3,1% del total de 47.520 empresas listadas en el mundo al 31 de diciembre de 2012 (según estadísticas de Naciones Unidas). Pero, si además comparamos el número de empresas listadas con el total de empresas registradas ante organismos fiscales, podemos dimensionar cuán lejos se está aún de la incorporación de información no financiera en los reportes de empresa (a vía de mero ejemplo: en Estados Unidos siete de cada 10.000 empresas y en Chile dos de cada 10.000).

El fenómeno de los reportes de sustentabilidad está en consecuencia aún en su infancia, en el contexto mayor de la evolución de la contabilidad y la administración de empresas como ciencias sociales. Pero, existen además otras prácticas innovadoras, que desde un origen financiero contable, proponen también nuevas miradas con arreglo a la dimensión económica y social de las empresas y que pueden ser puentes de unión entre los mundos de lo financiero y lo no financiero, y que constituyéndose en tales podrían ser aceleradores de proceso hacia reportes integrados (Van Staden & Landis, 2014), al tiempo de proporcionar una visión que considera el interés y participación de otros actores, además de los propietarios, en la marcha y suerte de la empresa. Nos referimos a los estados de valor agregado, que a nuestro juicio tienen el potencial de ser las herramientas de democratización de la información de las empresas, en el sentido de hacerla entendible a la mayoría de las personas y viables de ser preparados a partir de la información contable.



## **SOBRE LOS ESTADOS DE VALOR AGREGADO**

Existen ya varios modelos de reporte, tanto en uso como en desarrollo a nivel global y también en nuestra región, que hacen tangible esa nueva manera de mirar a las empresas y su rol – redefinido o ampliado - en sociedad.

Esos modelos son, en mayor o menor medida, nuevos lentes que les permiten a las empresas mejorar su transparencia, reportando los resultados de su gestión sustentable a múltiples grupos de interés -no solo accionistas o propietarios o proveedores de capital financiero-, integrando información financiera y no financiera.

A nuestro juicio, el ángulo desde el cual observamos los negocios y los lentes que usamos para ello condicionan nuestra percepción de la realidad. La actividad económica de las empresas ha sido mirada a través de los lentes de estados financieros convencionales, basados en el lenguaje de los principios de contabilidad generalmente aceptados, basados a su vez en la premisa que los usuarios son los accionistas o propietarios y en una definición de valor asociada al concepto de maximización de utilidades.

Sin cambiar ese lenguaje y aun sin reformular el concepto de valor (lo que de todas formas es objeto de estudio en la actualidad), entendemos que el solo hecho de cambiar esos lentes ofrece una nueva mirada paradigmática con la que podremos obtener una visión de la realidad más completa y menos sesgada. Han transcurrido más de cincuenta años desde que las modelaciones iniciales de estados de valor agregado aparecieron a luz (Suojanen, 1954).

La historia de esfuerzos pasados pavimentó el camino a la actualidad. Algunos hitos en el camino son descriptos como de auge y caída (Larrinaga, 2001, Epstein, 2004), con esfuerzos pioneros como los de Arbeitskreis Social Bilanz en Alemania hasta visiones integradoras sobre sistemas de evaluación y reporte de sustentabilidad (Perrini y Tencati, 2006). El camino no ha sido lineal, ha sido inconstante, a veces en retroceso, otras con decaimiento de entusiasmo, pero se ha mantenido vivo hasta la actualidad, desde el registro de aplicación en el Reino Unido en la década del 70 (Morley, 1979) a partir de The Corporate Report (ASSC, 1975), pasando por modelos que no tuvieron despegue en Estados Unidos (Shetewi, 1983; Evraert & Riahi-Belkaoui, 1998) hasta estudios de evolución práctica en Alemania (Berthoin Antal, Dierkes, MacMillan y Marz, 1983); pero en todo caso atrás de estos esfuerzos hubo empresas y profesionales innovadores que han permitido la aparición de distintos modelos que tienen uso en la actualidad en distintas geografías y culturas.



## ANTECEDENTES

Es oportuno detenernos en algunos antecedentes contemporáneos que contemplan modelos de estados de valor agregado, y que demuestran el contexto mayor en el cual se inscribe el modelo de Cuarto Estado Financiero o Huella de Valor (Perera 2002, 2006 y 2013)<sup>3</sup>, que se describe en la sección siguiente:

- a. Bilancio Sociale ([www.gruppobilanciosociale.org](http://www.gruppobilanciosociale.org))
- b. Estado Demostrativo do Valor Adicionado (Norma NBC T 3.7 Conselho Federal de Contabilidade, Brasil).
- c. Indicador EC1 de Global Reporting Initiative ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).
- d. Iniciativa internacional de reportes integrados (IIRC, [www.theiirc.org](http://www.theiirc.org)).

Y no quisiéramos dejar de mencionar aquí tampoco un reciente pronunciamiento técnico en la República Argentina: la "Resolución técnica (FACPCE) 36 Balance Social", que institucionaliza un enfoque similar al de la norma brasileña.

Su origen es variado: un esfuerzo integrado en Italia, un esfuerzo de la profesión primero y luego regulatorio en Brasil, una iniciativa global de múltiples grupos de interés y un modelo integrador en fase piloto. Todos los modelos abordan de una manera u otra la cuestión de la distribución del valor económico creado, un tema crucial en América Latina, lo cual es consistente con la visión que la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es una respuesta a las inquietudes sociales que existen en un lugar y en un momento dado (Argandoña & Hoivik, 2010).

Todos ellos avanzan en el sentido de proponer un formato que nos permita entender mejor esa realidad de valor del negocio de la empresa derivada de la gestión de la performance social o - en otras palabras - de la dimensión social de la empresa. Ello puede contribuir a la consoli-

<sup>3</sup> También puede verse en [www.huelladevalor.cl](http://www.huelladevalor.cl)



dación de un tipo de informe que diga lo relevante, lo sustancial, un esfuerzo serio y profesional, antes que un esfuerzo banal, de mero marketing o relaciones públicas.

La necesidad de orientar los esfuerzos de RSE en función de las necesidades estratégicas de la empresa (la RSE como parte integral y no un apéndice de la estrategia de la empresa) ha dado lugar a una reciente visión que establece que las empresas deben crear “valor compartido”, esto es generar riqueza no sólo para los accionistas sino también para distintos “stakeholders” (Porter & Kramer, 2011). De este modo, la empresa sería exitosa no tanto por la satisfacción de sus accionistas sino por la creación de valor participado entre los distintos stakeholders.

Puede afirmarse sin dudas que los estados de valor agregado (Value Added Statements, VAS por sus siglas en inglés) son la expresión contable del enfoque de “stakeholders” (Freeman, 1984). En el paradigma contable tradicional, el reporte de las operaciones de un período (Estado de Resultados) se hace desde el punto de vista de los accionistas: esto es, cuántas utilidades corresponden a la inversión. Un accionista puede entonces fácilmente calcular la rentabilidad sobre el capital invertido. Al mismo tiempo, el valor correspondiente a los otros “stakeholders” es considerado como un mero “costo” en estos enfoques contables convencionales. Los “stakeholders” no participarían en la creación de valor al mismo título que el capital, ellos serían simplemente un “mal necesario”.

El VAS rompe con esta representación tradicional y propone una visión más equilibrada del proceso productivo. El capital financiero sigue siendo necesario y como tal su participación en el modelo de negocio es adecuadamente reconocida a través de dividendos y reinversión (además de los intereses a terceros). Pero además de ello, el VAS deja en claro la intervención de los “stakeholders” dentro de la creación de valor y su participación es por tanto apropiadamente explicitada y abre camino hacia la consideración de otros capitales (social, natural, humano, etc.).

El **Bilancio Sociale** fue creado por el Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS), un comité de investigación sin fines de lucro que desarrolló el modelo a través de un grupo compuesto por representantes de universidades italianas, investigadores y profesionales involucrados en actividades de reporte social. El modelo propone tres partes: 1) presentación de la identidad corporativa (descriptiva); 2) creación y distribución de Valor y 3) la Cuenta Social (un resumen de resultados obtenidos en relación con sus comunidades, planes e impactos sobre cada grupo de interés). En uso por empresas italianas desde su aparición en el año 2001, el objetivo de las guías era establecer las características de un instrumento de reporte que, junto a herramientas de información convencional, pudiera posibilitar que las empresas crearan una estrategia de comunicación transparente y de mayor alcance con el fin de lograr aprobación y aceptación social en la comunidad, mejorando a su vez la efectividad en el logro de todos sus objetivos, incluyendo aquellos de rentabilidad y competitividad.

El **Estado demostrativo do Valor Adicionado**, es el primer caso conocido de un estado de valor agregado impuesto como obligatorio (y como tal, de hecho un “cuarto estado financiero”), formando parte del conjunto anual de información pública de empresas de capital abierto listadas en toda bolsa en Brasil, según la ley 11.638. Desarrollado originalmente por el Instituto Brasileño de Contadores (IBRACON) en 2005, como un modelo de aplicación voluntaria para aquellas empresas que presentaran este tipo de información, se tornó obligatorio a partir del ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2008. Basado en conceptos macro, su objetivo es pre-

sentar la contribución porcentual de la empresa al Producto Bruto Interno<sup>4</sup>. Sin embargo, el modelo no incluye información contextual o cualquier otro tipo de información no financiera.

El indicador EC1 dentro de las guías de preparación de reportes de sustentabilidad del **Global Reporting Initiative**. El GRI fue fundado en 1997 como una organización basada en redes, que fue pionera en el desarrollo de un marco de preparación de reportes de sustentabilidad con el compromiso de continua mejora y de aplicación global. Tiene sus raíces en CERES<sup>5</sup> y el Tellus Institute, con sede en Boston, que abogan por la denominada Gran Transición de la Economía<sup>6</sup>. La cuarta versión de las guías lanzadas en mayo de 2013 (G4) ha sido el resultado de un proceso de amplia consulta pública a variados grupos de interés y resultó en una ratificación del concepto de estar orientada por principios, con énfasis en los de materialidad, involucramiento de grupos de interés y contexto de sustentabilidad, extendiendo alcance a los impactos en la cadena de valor. GRI aboga actualmente por la inclusión en políticas públicas del concepto “informe o explique”, concepto recogido en una reciente directiva de la Unión Europea. El EC1 no tiene la jerarquía que se da a estados de valor agregado en los otros modelos, sino que es uno más de un conjunto de indicadores.

Otro modelo a tener en cuenta es el de Integrated Reporting <IR>, desarrollado por la International Integrated Reporting Committee (IIRC), todavía en fase piloto, y su antecesor The Connected Reporting Framework. Ambos tiene origen inglés, a iniciativa del Príncipe de Gales que estableció a principios de 1990 el Prince of Wales Business Leaders Forum y en 2006 el proyecto Accounting for Sustainability (Contabilidad de la sustentabilidad). La intención básica original era mejorar la información y los procesos para permitir operacionalizar en lo cotidiano y en la alta toma de decisiones, políticas y metas de sustentabilidad y también resolver la falta de consistencia en la manera de reportar la gestión de sustentabilidad de las empresas.

Mientras que el Connected Reporting Framework tenía elementos claves que han sido recogidos por el proyecto <IR> entre otros, cómo se conecta el tema de sustentabilidad con la estrategia de la empresa<sup>7</sup>, el <IR> propone un cambio radical en el sentido de medir y reportar otros tipos de capitales, extendiéndose más allá de lo financiero, al capital natural, social, intelectual, humano y de manufactura. En ese contexto, mientras su mayor contribución es focalizar en los aspectos de sustentabilidad materiales y su conexión con el negocio, la complejidad de la consideración (medición y valorización) de los distintos capitales podría requerir un vehículo integrador como los estados de valor agregado.

Se presenta en Anexo II un cuadro comparativo de algunas de las principales características de los estados de valor agregado mencionados anteriormente, junto a las del Cuarto Estado Financiero.

---

4 [www.cpc.org.br](http://www.cpc.org.br)

5 [www.ceres.org](http://www.ceres.org)

6 [www.greattransition.org](http://www.greattransition.org)

7 [www.sustainabilityatwork.org.uk](http://www.sustainabilityatwork.org.uk)



## EL CUARTO ESTADO FINANCIERO O HUELLA DE VALOR

El Cuarto Estado Contable nació en 2002 como fruto de la visión de establecer un puente de unión entre la empresa y la sociedad, integrando en un solo documento –a partir de información contable- información no financiera sobre aspectos de gobierno de empresa, sociales y ambientales. Ha sido adoptado e integrado en distintos documentos de circulación pública por empresas en distintos países de Latinoamérica. En México destacan: Industrias Peñoles y el Grupo Corona (México). En Colombia hacen lo propio: ISAGEN, Empresas Públicas de Medellín (EPM), Grupo Bolívar (Seguros Bolívar y Davivienda, entre otros) y Gas Natural. Por su parte, en Chile lo han adoptado Minera Los Pelambres, Minera Escondida y otras compañías del grupo Bhp Billiton y Mutual de Seguridad de la Cámara Chilena de la Construcción en Chile. En Uruguay destaca el caso de ANCAP y ANTEL.

Con el fin de acercar más la herramienta a un público no contable, se lo ha re-denominado como Huella de Valor a partir del año 2013. El modelo, en sencillo, es una integración de información social y ambiental dentro del esquema tradicional de un reporte de empresa. El centro de este modelo es la apertura del cuadro de resultados entre dos conceptos:

- **Generación de Riqueza:** Ventas menos Costos de bienes tangibles o servicios identificados, necesarios para la obtención de ingresos (Valor Agregado) , y
- **Distribución de Riqueza:** entre al menos seis grandes grupos de interés: Empleados, Estado, Financistas, Comunidad y Medio Ambiente, Reinversión en la Empresa y Accionistas (Valor Distribuido).

De este modo, el modelo va más allá del concepto “filantrópico” de la Responsabilidad Social: se busca identificar cómo se genera la riqueza y cómo la misma es distribuida entre los distintos actores o “stakeholders”. Además, esta información es enriquecida por notas, con requisitos mínimos de información, en temas de Gobierno Corporativo, Código de Ética, Protección al Consumidor, entre otras. Pero lo más importante es que las notas están interrelacionadas con los números antes expuestos. Por ejemplo:

- a. en Costos Directos, se incorpora amplia información acerca de los componentes del costo: a quienes se les compra, cuanto y en qué condiciones. Así, entre otras cosas, puede analizarse el impacto de la empresa en la promoción de Pymes, generación de empleo indirecto e impacto regional.
- b. en Empleados, se informa acerca del promedio anual de ingresos por empleado y la relación entre el salario mayor y el menor, remuneración por diversidad de género, etc.
- c. En Estado, se brindan datos acerca de toda la carga tributaria (incluyendo tarifas, aranceles, regalías, contribuciones, patentes, impuestos al patrimonio etc.) y no solo los impuestos a la renta pagados.
- d. En Comunidad y Medio Ambiente se informa no solo los montos aportados a acciones de interés social y medioambiental, sino también sus mediciones de impacto (impactos de programas sociales, huella de carbono, huella de agua, etc.)
- e. En Reinversiones se reporta sobre utilidades devengadas no distribuidas, cargos por depreciaciones y amortizaciones, y constitución de reservas y provisiones, entre otros.
- f. En Accionistas se informa solamente las utilidades o dividendos percibidos

Nótese así, que este modelo ilustra las contribuciones globales de la empresa a la sociedad (creación de empleo, inversión, desarrollo de proveedores, cuidado y gestión de variables ambientales), más allá de las específicas acciones filantrópicas que eventualmente la firma podría (o no) realizar. De esta manera se ofrece al lector una faceta completa del comportamiento empresarial, en un marco consistente con la información convencional. Es una bisagra de unión entre el mundo financiero convencional y la visión más amplia de gestión empresarial, atendiendo a riesgos sociales y ambientales.

El cuadro se complementa con un conjunto de indicadores observables, medibles y reportables que sirven en la tarea de gestionar la sustentabilidad al interior de la organización y que contextualizan la información financiera, integrándola con aspectos de sustentabilidad.

El Anexo 1 presenta en mayor detalle dichos indicadores y su justificación, planteando implícitamente un formato básico de presentación que permite la mejor comparación de casos entre períodos, intra y entre industrias e intra y entre geografías

En conjunto se pueden destacar como atributos del modelo:

- a. su practicidad, al señalar ejemplos de distintos indicadores y contenidos narrativos mínimos que estimulan la presentación, lejos de abrumar a la empresa con información de exagerado detalle o difícil compilación;
- b. es Independiente del tamaño de la empresa, está concebido para que todo tipo de empresa, cualquiera sea su tamaño o sector de actividad, pueda hacer su esfuerzo de reporte;
- c. ilustra sobre distintos indicadores posibles englobando tanto aspectos numéricos como narrativos que, en su conjunto, representan un interesante esfuerzo de divulgación;
- d. reporta la generación de valor agregado y su uso social, a través de un sencillo esquema perfectamente conciliable con la información financiera;
- e. estimula la comparabilidad, al sentar las bases para una presentación uniforme de información, tanto para la comparación entre períodos como entre empresas;
- f. y es flexible, ya que admite que sean las propias empresas las que a su ritmo y necesidad vayan determinando el contenido más amplio de su reporte.

Al incorporar notas que dan información de contexto sobre políticas de sustentabilidad y de relacionamiento con indicadores de performance en todas y cada una de las líneas que lo componen. El modelo supera la brecha entre los Estados Contables tradicionales y los reportes de sustentabilidad, muchos de ellos “desconectados” entre sí.

Esta es una de las diferencias con otros modelos de valor agregado, entre otros los establecidos por las normativas profesionales en Brasil y recientemente en Argentina, que conllevan el riesgo de presentar un enfoque reduccionista o “mecanicista” de la realidad al no vincular la información con variables no financieras.

Otro aspecto innovador del Cuarto Estado Financiero es incluir un nuevo grupo de interés que no plantean los otros modelos como receptor del valor distribuido, la Comunidad y Medio Ambiente, entendiendo que también la sociedad en su conjunto (representada por las acciones de interés comunitario y de protección y mitigación de daños a la naturaleza) es destinataria de valor creado por la empresa.

## CONCLUSIÓN

Los estados de valor agregado ofrecen una excelente oportunidad para integrar información financiera y no financiera. Su uso sistemático y el potencial de análisis de calidad sobre la gestión de la empresa permiten una mejora sustancial en el tipo de información a la que prestaríamos atención al comparar distintas empresas.

El proveer información sobre la creación y mantención de valor y sobre la distribución del ingreso basándose en la información contable, facilita el tránsito de esa inmensa mayoría de empresas que hoy no presenta información que demuestre su dimensión social y es un primer paso, a nuestro juicio, para integrar información no financiera hacia reportes cada vez más integrados y que da respuesta a las siguientes preguntas.

¿Cuál es la relación deseada de distribución de valor a la gente y al Estado? ¿Cuál es la relación deseada entre salarios mínimos y máximos? ¿Cuál es la asignación esperada de recursos para la comunidad y las acciones medioambientales? ¿Cuánto valor se genera para la sociedad? ¿Cómo se reparte ese valor entre los distintos actores sociales? ¿Debe medirse una empresa sólo por lo que genera para su propietario? Y si concluimos que no, ¿qué aspectos deben tomarse en cuenta para que la demostración de los resultados sociales sea entendible para el público y no sólo para un grupo de expertos?

La correlación con la contabilidad permite también salir al paso de otra realidad, la que involucra el riesgo de que los reportes no sean la resultante de una estrategia empresarial integrada y que estos informes sean poco más que una forma sofisticada de publicidad, un mero ejercicio de relaciones públicas.

La experiencia en la aplicación del Cuarto Estado o Huella de Valor muestra que es una continuación natural de la información contable tradicional y así resulta más fácilmente internalizado por parte de inversores, directivos y profesionales contables. Es una reforma, más que una revolución, con lo cual aumentan sus posibilidades de aceptación en el mundo de los negocios. Dado también su naturaleza escalable en cuanto a contenidos (más allá de la presentación del cuadro de generación y distribución de valor) sirve tanto a la empresa que recién se inicia en reportes de sustentabilidad integrados con lo financiero, como a aquellas que pretenden una mejora de la presentación de su dimensión socio-económica en sus reportes de sustentabilidad.

Los testimonios de uso dan cuenta que se trata de una herramienta sencilla, de gran utilidad práctica, coherente con la información corporativa ya existente, y de fácil comprensión y que ha sido aplicada de distintas maneras: como herramienta de gestión, como demostración de transparencia e integración en las comunicaciones externas, como formato de presentación de proyectos de inversión (facilitando la exposición de los objetivos sociales y de impacto que

estos pretenden) y como herramienta de planificación estratégica . Y además, que es aplicable tanto en el campo de empresas privadas como estatales y cualquiera sea su giro (industrial, comercial y de servicios).

Esta fácil comprensión, incluso para una audiencia no experta, provee un ingrediente clave para avanzar en la democratización de la información contable, facilitando su uso por mayor cantidad de empresas y la comprensión del aporte de la empresa a la sociedad por mayor cantidad de personas. De esa manera, se podrá avanzar en dos facetas complementarias: cambiar la mirada de la sociedad sobre las empresas y la de éstas sobre sí mismas, poniendo un foco renovado en la vocación empresarial de servicio al bien común.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accounting Standards Steering Committee (1975). *The Corporate Report*, London, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
- Asociación Interamericana de Contabilidad (2011). *Conclusiones Área 6: Comisión de Ética y Ejercicio Profesional*, XXIX Conferencia Interamericana de Contabilidad, San Juan de Puerto Rico, Agosto 2011.
- Argandona, A. & Hoivik, H. (2010). Corporate social responsibility: one size does not fit all. Collecting evidence from Europe, *Journal of Business Ethics*, Vol. 89, pp. 221-234.
- Benedicto XVI (2009). *Caritas in Veritate*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Berthoin Antal, A., Dierkes, M., Mac Millan, K. and Marz, L. (2002). Corporate Social Reporting Revisited, *Journal of General Management*, 28 (2).
- Conselho Federal de Contabilidade (2008). *Resolução Conselho Federal De Contabilidade (CFC No. 1.138 DE 21.11.2008)*, Brasília, Conselho Federal de Contabilidade.
- Craig Smith, N. and Lenssen (2009). *Mainstreaming corporate responsibility*, John Wiley and sons, England
- Epstein M.J. (2004). *The Identification, Measurement, and Reporting of Corporate Social Impacts: Past, Present and Future*, Advances in Environmental Accounting and Management, Emerald Group Publishing Limited.
- Evraert, S. & Riahi-Belkaoui, A. (1998). Usefulness of value added reporting. A review and synthesis of literature, *Managerial Finance*, Vol. 24, No. 11.
- Freeman, M. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*, Boston, Pitman.
- Francisco (2014). Exhortación apostólica: **EVANGELII GAUDIUM**. Extraído de [http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20131124\\_evangelii-gaudium.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html).
- Global Reporting Initiative (2011). *Sustainability Reporting Guidelines*. Amsterdam: GRI.

- Gruppo Bilancio Sociale (2001). *Social Reporting Standards*, Milano, Gruppo Bilancio Sociale. [www.gruppobilanciosociale.org](http://www.gruppobilanciosociale.org)
- Larrinaga-González, C. (2001). Aspectos sociales y políticos del Estado de Valor Añadido, *Revista de Contabilidad*, Vol. 4 No. 8, pp. 35-62.
- Mac Gregor S. & Fontrodona J. (2008). Exploring the fit between CSR and Innovation, IESE, Universidad de Navarra, Center for Business in Society, Working Paper WP-759
- Morley, M. (1979). The value added statement in Britain, *The Accounting Review*, Vol. LIV No. 3.
- Perera A. L. (2013) *El cuarto estado contable: la dimensión económico social de los reportes de sustentabilidad*. EDICON, Fondo Editorial del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Perera A., L. (2002). *Reportes sociales: hacia un cuarto estado financiero*, Santiago de Chile. Luis Perera A.
- Perera A., L. (2006). *La dimensión económico social de los reportes de sustentabilidad. Hacia un Cuarto Estado Financiero Básico*, Santiago de Chile, Luis Perera A.
- Perera A., L. (2011). Indicadores para la gestión de la RSE. En Vives A. y Peinado Diaz E. (2011), *Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina: Manual de Gestión*, Fondo Multilateral de Inversiones - FOMIN - BID, 2011
- Perera A., L., Enrione C., A. & Winicki T., D. (2009). *Revealing an unbiased view of business in society: towards a unifying sustainability reporting model*, working paper, Santiago de Chile.
- Perera A., L., Zicari A., (2012). Value-added reporting as a tool for sustainability: a Latin American experience, *Corporate Governance*, Vol. 12 Iss: 4 pp. 485 – 498.
- Perera A., L. & Zicari, A. (2009). El Cuarto Estado Contable. Hacia una mayor transparencia corporativa, *Harvard Business Review Latin American Edition*, Nov 2009.
- Porter, M. & Kramer, M. (2011) "Creating shared value". *Harvard Business Review*, January-February, 89, 62-77.
- Perrini F. y Tencati A. (2006). "Sustainability and Stakeholder Management: the Need for New Corporate Performance Evaluation and Reporting Systems", *Business Strategy and the Environment* 15(5).
- Shetewi, Idris A. (1983). *A value-added approach to corporate financial reporting*, Ann Arbor, Mich. University Microfilms International, 1983.
- Smith, V. (2003). Constructivist and ecological rationality in economics, *The American Economic Review*, Vol 93 No3 pp 465-rnational. 1983.
- Suojanen, W. (1954). Accounting theory and the large corporation, *The Accounting Review* (July).
- Van Staden, C. and Landis, C. (2014). *Value added information as part of sustainability reporting-initial international insights*, Research paper presented in Japan.
- Waymire, G. and Basu, S. (2007). Accounting is an evolved economic institution *Foundations and Trends in Accounting* Vol. 2 Nos. 1-2

# ANEXO I

## Información de sustentabilidad de doble propósito: gestión interna y divulgación externa (Perera,2009 en Cap 13 de Manual de Gestión RSE en América Latina. FOMIN, BID )

Cada uno de los indicadores incluidos en el listado, se acompaña de una breve explicación sobre el motivo de la inclusión y por qué es tan importante su monitoreo para la efectiva gestión de la RSE. El conjunto de indicadores conforma un alcance de mínima "ideal" siendo la realidad y posibilidades de cada empresa, preponderantes a la hora de decidir, qué aspectos se monitorearán y cómo.

INDICADOR	¿PARA QUÉ SIRVE ESTE INDICADOR?
<b>1. Definición y seguimiento de Políticas de responsabilidad social</b>	
a. Gobierno corporativo	La existencia de políticas que den marco al desempeño de la empresa en materia ambiental, social y económica, demuestra por un lado, el compromiso serio de la compañía con el comportamiento definido en la política, y por otro, declara públicamente, la postura de la compañía respecto de dicha materia.
b. Código de ética	
c. Seguridad, salud y trabajo	
d. Medio ambiente	
e. Desarrollo de la comunidad	
f. Marketing responsable y protección al consumidor	
g. Diálogo social	
h. Inversión social	
i. Donaciones, voluntariado y filantropía	
j. Educación	
k. Desarrollo de la cadena de proveedores	
<b>2. Valor agregado generado y distribuido</b>	Refleja la contribución económica de la compañía a los diferentes grupos de interés y demuestra que la empresa genera valor para la sociedad en su conjunto y no sólo para el accionista o propietario , así como en qué forma distribuye ese valor entre los distintos y principales grupos de interés.
<b>3. Indicadores de generación del valor agregado</b>	
<b>a. Ingresos</b>	
Concentración de clientes	Demuestra la dependencia o no de la empresa a un conjunto limitado de clientes
Destino geográfico de las ventas	Demuestra cómo la empresa es proveedora de bienes y/o servicios a diferentes geografías y con ello, obtiene recursos de su inserción global, aportando divisas al país.
Ingresos por tipo de Producto y por segmento de negocio	Demuestra la dependencia o riesgo de sustentabilidad frente a variaciones en la demanda de productos o en los segmentos que atiende
Satisfacción de clientes	Demuestra como la compañía es capaz de prestar diferentes soluciones a diferentes problemáticas y para grupos económicos disímiles



	Demuestra el grado de satisfacción que le ha generado a sus clientes para un determinado período o los riesgos consiguientes y aporta información sobre las acciones mitigantes de dichos riesgos
<b>b. Origen de los componentes del costo y promoción de cadena de proveedores y desarrollo de empresas</b>	
Cantidad de proveedores por región geográfica	Oportunidades de generación de negocios y empleo e impacto económico en las diferentes zonas geográficas
Cantidad de proveedores por tamaño del proveedor y por volumen de compras	Oportunidades de generación de negocios y empleo e impacto económico en los diferentes niveles socio-económicos de la cadena de proveedores
Categorización de proveedores por adhesión a estándares de responsabilidad social	Priorización y por lo tanto, generación de mayores oportunidades de negocios en aquellos proveedores que promueven y aplican buenas prácticas de RSE
Plazo de pago por tipo de proveedor, teórico y real	Demuestra cómo la compañía da oportunidades de negocios a empresas de diferentes tamaños con un trato financiero justo
<b>4 - Indicadores de distribución del valor agregado</b>	
<b>Empleados</b>	
Cantidad de empleados, (Clasificados por sexo, por procedencia étnica, por función., por edad, por antigüedad)	Refleja el fomento de la diversidad de la compañía en materia de empleo: promoción del empleo de la mujer, respeto de las comunidades locales, fomento del empleo en distintas capas etáreas.
Promedio anual de ingreso por empleado, general y por rango	Transparencia pública sobre remuneraciones, justicia y equidad en las remuneraciones
Relación entre salario menor y salario mayor	
Relación entre remuneración variable y fija.	
Beneficios sociales	Demuestra el aporte de la compañía a los trabajadores más allá de la remuneración
Planes de pensión obligatorios o voluntarios	Demuestra el aporte de la compañía a los trabajadores para hacer frente a su retiro
Encuesta de Clima organizacional	Sus resultados reflejan el grado de satisfacción de los colaboradores con la compañía y demuestra los riesgos en relación a las personas y su percepción sobre la gestión de la empresa
<b>Estado</b>	
Anticipo o diferimiento de impuesto a la renta frente a la tasa nominal.	Demuestra la estrategia empresarial en relación a la oportunidad del cumplimiento de sus obligaciones tributarias
Administración de impuestos por cuenta del estado	Demuestra cómo la compañía está siendo un agente recaudador de impuestos para el Estado
Tipos de impuestos directos e indirectos, federales y estatales/provinciales/regionales que gravan la actividad de la empresa	Refleja la contribución a través de los diferentes tipos de impuestos, de la empresa al Estado Nacional, Provincial o Regional.
<b>Accionistas</b>	
Cantidad	Demuestra el grado de concentración de la propiedad
Origen geográfico	Penetración local o extranjera en la propiedad de la empresa

Relación entre valor contable de la acción y capitalización en bolsa.	Refleja el plus en el valor en las expectativas de la sociedad (valor de la acción) en relación con el patrimonio contable
Dividendos pagados	Remuneración a la participación accionaria
<b>Comunidad y Medio Ambiente</b>	
Inversión en proyectos de interés social	Divulga cómo la empresa ha colaborado económicamente en iniciativas de tipo comunitarias
Inversión en medio ambiente	Demuestra cómo la empresa ha colaborado en la protección ambiental
Horas donadas para trabajos voluntarios	Demuestra el estímulo de la empresa a la acción comunitaria
Donaciones	Refleja como la compañía ha destinado recursos a proyectos específicos a la comunidad
<b>Indicadores de gestión ambiental</b>	
Estudios de Impacto Ambiental	Describe las campañas, programas y resultados destinados a la reducción de la huella de carbono , y otros , en materia ambiental
Auditorías ambientales	
Rehabilitación de terrenos	
Reducción de emisiones	
Inventario de gases de efecto invernadero	
Consumo de energía	
Generación y disposición de residuos	
Reciclaje y recuperación de desechos	Describe las campañas, programas y resultados destinados a la reducción de la huella en materia ambiental
Energías renovables y alternativas	Esfuerzos de la compañía por utilizar energías provenientes de fuentes renovables o no convencionales y disminuir así la huella ambiental
Consumo de agua	Esfuerzos de la compañía por disminuir la cantidad de agua consumida, por unidad producida y en general la huella del agua
<b>Financiamiento</b>	
Promedio del costo de financiamiento externo (tasa de interés).	Refleja los costos de la empresa frente a las necesidades de capital
Bancos locales o extranjeros.	Obtención de recursos económicos a nivel local o mediante divisas del exterior
Promedio de la rentabilidad de los fondos líquidos.	Obtención de réditos a partir de la inversión en productos financieros
Promedio de fondos líquidos sobre activos corrientes.	Refleja la liquidez de la compañía para hacer frente a sus obligaciones
Período de cobranza.	Demuestra la "sanidad" de la cartera de clientes, es decir, la rapidez con que la compañía está cobrando lo que se le adeuda
Período medio de pago.	
Generación promedio mensual de fondos líquidos.	Demuestra, en relación a sus necesidades de caja, la generación de recursos que la hacen sustentable.

# ANEXO II

Cuadro comparativo de cuatro modelos de estados de valor agregado

	Fourth Financial Statement	Bilancio Sociale	EDVA	GRI - EC1
<b>Revenues</b>	Revenues	Revenues	Revenues and other earnings	Revenues and other earnings
<b>Costs</b>	National Costs	Costs	Inputs from third parties	
	Foreign Costs	+/- Others		
<b>Value Generated</b>		GROSS VALUE ADDED	GROSS VALUE ADDED	
		- Depreciation	- Depreciation	
		NET VALUE ADDED	NET VALUE ADDED	ECONOMIC VALUE GENERATED
		VALUE ADDED GENERATED	Added Value Received in Transfer	
<b>Employees</b>	Employees*	Personnel	Staff	Operating Costs
	Taxes	Public Administration	Taxes, rates and contributions	Employee wages and benefits
<b>Government</b>	Providers of financing	Borrowed Capital	Payments of third party capital	Payments to government
<b>Community &amp; Environment</b>	Community & Environment	Dividends	Equity Earnings: Dividends & Retentions	Community Investments
<b>Shareholders</b>	Shareholders**	Company	DISTRIBUTION OF VALUE ADDED	ECONOMIC VALUE DISTRIBUTED
<b>Reinvestments</b>	Reinvestments**	NET VALUE ADDED		ECONOMIC VALUE RETAINED
<b>VALUE DISTRIBUTED</b>	VALUE ADDED DISTRIBUTED			