

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/1007/>

## EMPRESAS QUE MEJOR INFORMAN SOBRE SU POLÍTICA DE RSC

Europa Press

28 de octubre de 2004

Grupo Santander, Telefónica, Repsol YPF, Endesa y Telefónica Móviles son las empresas que mejor informan sobre sus políticas de responsabilidad social corporativa, según el informe presentado hoy por la Fundación Empresa y Sociedad, que evalúa las memorias de 40 compañías españolas; de este análisis, se deduce también que la mayor parte de estos informes siguen siendo "esencialmente descriptivos".

'La responsabilidad corporativa y la acción social en la Memoria 2003 de grandes empresas españolas' ha sido elaborado analizando los informes de 40 compañías, 22 de ellas incluidas en el Ibex 35, estudiando la calidad de la información en cinco capítulos: planteamiento general, económico, corporativo, equipo humano, medioambiental y social.

Así, las empresas han sido puntuadas de 0 a 10 atendiendo a cuestiones como la mención de la RSC en la carta del presidente, el uso adecuado de términos, las alusiones a la inversión responsable o la existencia de datos sobre diversidad laboral, lucha contra la corrupción, certificaciones medioambientales, la conducta ética, la formación, el tratamiento de residuos o las líneas de actuación en acción social.

Así, de media, SCH es la empresa que lidera el ranking, un 7,65, con mejores puntuaciones en los ámbitos de planteamiento e información corporativa y social; por detrás se colocan Telefónica (7,43), que destaca en los capítulos de planteamiento y económico; Repsol YPF (7,37), con las mismas áreas sobresalientes; Endesa (6,65), con mejor trato a los ámbitos de planteamiento, medioambiental y económico; y Telefónica Móviles (6,54), con mejor nota en el ámbito social.

Según explicó el director general de la Fundación, Francisco Abad, las grandes empresas ya no se plantean si informar o no sobre RSC sino "cómo informar", primero como evolución "lógica" de su política de comunicación, y en segundo lugar porque la sociedad así se lo exige.

El problema detectado durante este estudio es que a menudo la empresa primero informa y después desarrolla su estrategia, aunque paradójicamente esta necesidad de informar está ayudando a mejorar la gestión en RSC.

La principal consecuencia es que, por el momento, la mayor parte de las memorias de RSC siguen siendo meramente descriptivas (es decir que ofrecen pocos datos), sobre todo en los capítulos medioambiental y social.

La mayor calidad se registra en el capítulo económico financiero, donde el estilo es eminentemente operativo (con muchos datos aunque sin un análisis depurado).

Los estilos de comunicación más deficitarios son aquellos que la Fundación considera "cosméticos", calificativo que puede aplicarse al 29% de las informaciones sobre acción social, al 23% de las relativas a recursos humanos y al 15% de las medioambientales, porcentajes mucho más elevados que los relativos a las áreas económico-financiera (3%) y de gobierno corporativo (5%).

En total, de las 40 empresas analizadas, 22 editan memoria de RSC, de las cuales nueve son sometidas a

validación externa.

En este punto, la Fundación también ha detectado errores de concepto, dado que algunas compañías parecen indicar en sus informes que el haberlos elaborado siguiendo los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) es una garantía de verificación independiente.

Además, 35 empresas hacen referencia a la RSC en las cartas de su presidente, pero sólo quince utilizan "con cierta precisión" los términos de responsabilidad corporativa, sostenibilidad o acción social.

Los subcapítulos peor abordados en las memorias son los de respeto a la libre competencia, prácticas anticorrupción y relaciones laborales.

### **TAMBIEN EN ACCION SOCIAL**

En relación con la información específica a la acción social --que la Fundación incluye en el concepto más amplio de responsabilidad corporativa--, el estudio apunta que dieciocho empresas la mencionan en la carta del presidente, pero que sólo trece cuentan de hecho con una estrategia formal; es más, sólo nueve incluyen objetivos cuantificados, y apenas cinco mencionan el dato de la inversión global.

Abad apuntó que estas cifras demuestran que en este aspecto las empresas aún se encuentran en la fase de "declaración de intenciones".

En todo caso, las que mejor tratan la acción social en su informe anual 2003 son Telefónica, Telefónica Móviles, DKV Seguro, Iberia y Carrefour.

En este capítulo, la Fundación ha ampliado su análisis, entrando a valorar la estrategia de acción social en sí misma.

Señala, por ejemplo, que se registra una gran confusión de conceptos y términos cuando las empresa se refiere a las actividades de su fundación (en caso de tenerla), cuya actividad no suele estar alineada con la de la empresa, lo que le resta valor.

Las mayores deficiencias se detectan en el cumplimiento de la ley de integración de discapacitados: sólo cinco empresas incluyen esta información (Abertis, DKV, Fremap, Iberia y TMB), y otras cuatro aseguran "estar trabajando", aunque sin dar datos al respecto.

"No es indicador del grado de cumplimiento --consideran estos expertos-- sino de la importancia que las empresas conceden a la integración laboral de personas con dificultades especiales.

La Fundación Empresa y Sociedad fue creada en 1995 con el objetivo de promover la acción social en la empresa española como una parte de su estrategia de negocio. Cuenta actualmente con 76 empresas socias.