



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



Universidad
Nacional
de Córdoba

REPOSITORIO DIGITAL UNIVERSITARIO (RDU-UNC)

Grupos de interés en memorias de sustentabilidad del GRI: una revisión crítica desde los reportes de la industria automotriz argentina

Natalia Cohen

Capítulo del Libro XL Jornadas Universitarias de Contabilidad, 1º ed. publicado en 2019 -
ISBN 978-987-1699-48-3



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

GRUPOS DE INTERÉS EN MEMORIAS DE SUSTENTABILIDAD DEL GRI: UNA REVISIÓN CRÍTICA DESDE LOS REPORTES DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ ARGENTINA

Área: Técnica

Tema: 2. Contabilidad Social y Ambiental - Subtema: 2.2 Análisis de la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

Natalia Lorena Cohen. Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Económicas;
Asistente de Trabajos Prácticos. Antigüedad 20 años.

natalialcohen@gmail.com

Resumen

Como consecuencia de la globalización y la crisis financiera global surgió la necesidad mundial de promover la estabilidad financiera y el desarrollo sostenible mediante mejores decisiones de inversión, de comportamiento empresarial y de la presentación de informes.

La empresa requiere siempre la aprobación y respaldo de todos los que se encuentran implicados en su actividad, de todas aquellas personas o grupos que afectan o son afectados por sus decisiones: los stakeholders. Estos esperan que las organizaciones den respuestas efectivas a sus demandas mediante acciones concretas relacionadas con su desempeño social, ambiental y económico.

La creciente importancia de la sustentabilidad, en la actividad empresarial en general y en el sector automotriz en particular, hace que este desafío sea aún más complejo.

Una de las formas actuales que las empresas han incorporado para la comunicación de sus prácticas sociales y ambientales, son los llamados informes o reportes de sustentabilidad. Existen normativas internacionales como las del Global Reporting Initiative [GRI] o las del International Integrated Reporting Council [IIRC], entre otras, que brindan marcos y guías acerca de qué y cómo informar acciones de responsabilidad social en cada eslabón de la cadena de valor y con cada grupo de interés.

La unidad de análisis en este trabajo está constituida por la industria automotriz argentina y las fuentes de información principales son de tipo secundario: revisión de reportes de sustentabilidad de las empresas líderes y artículos académicos e informes técnicos de utilidad para la identificación de los grupos de interés de la misma, siendo el objetivo realizar un análisis de cómo los reportes de sustentabilidad de las automotrices argentinas contemplan a los stakeholders.

La metodología utilizada fue cualitativa. Se relevaron de la base de datos on line de GRI los informes de sustentabilidad disponibles más recientes de las siguientes terminales automotrices con sede en Argentina: General Motors, Mercedes – Benz, Renault, Scania, Toyota, Volkswagen y Honda Motor de Argentina.

Del análisis de los reportes de las automotrices se concluye que la mayoría identifica explícitamente sus grupos de interés, explicando con detalles quiénes lo componen, cómo es la relación con cada uno, qué acciones se llevan a cabo colaborando para mejorar la industria conjuntamente pero no los problemas o tensiones entre ellos.

Palabras clave: Stakeholders, Reportes de sustentabilidad, Reportes Integrados, Terminales automotrices.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación en curso titulado “Contexto institucional y conflictos de intereses como condicionantes del upgrading sustentable en cadenas globales de valor argentinas”¹ que tiene por objetivo comprender la incidencia del contexto institucional y los conflictos de intereses entre stakeholders en las posibilidades que tienen las organizaciones locales de lograr niveles superiores de desempeño sustentable en las cadenas globales de valor.

En el mundo es creciente el número de empresas que publican sus informes de sustentabilidad. El nivel de información que brindan es cada vez amplio, demostrando así mayor transparencia en sus negocios y dando seguridad y confianza. En los países desarrollados, desde hace varios años, el interés por temas sociales y ambientales es cada vez mayor. No sólo se plantean objetivos y estrategias para llevarlos a cabo, sino que se involucran en esos temas, piensan en cómo y de qué manera resulta mejor llevarlos a la práctica de una manera responsable con y para la sociedad y el ambiente buscando continuamente mejorar el mundo y las generaciones venideras. Como expresa Cohen (2018, p10) “Existen modelos para hacer efectiva la transparencia y la rendición de cuentas, por ejemplo, un informe incluido en la memoria anual, un reporte específico, un balance social junto con el financiero, un informe siguiendo estándares internacionales como las del Global Reporting Initiative [GRI] o las del International Integrated Reporting Council [IIRC], las AA1000 de la Accountability Association (Institute of Social and Ethical Accountability)”; las cuales desarrollaremos en el presente trabajo por ser las que hacen referencia los reportes de las automotrices relevadas.

Existen además otras iniciativas en el ámbito internacional y regional, tales como las ISO 26000 de la International Organization for Standardization, SA8000, la Comunicación de Progreso según Pacto Global, el marco de principios para organizaciones globales (Global Accountability Principles), los indicadores ETHOS de Brasil, las normas ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements), IARSE de Argentina, entre otras. Las normas GRI son los primeros estándares globales para los informes de sustentabilidad. Cuentan con una estructura modular relacionados entre sí y representan una práctica mundial para informar sobre una serie de impactos económicos, ambientales y sociales.

La importancia que tiene para los inversores y otros grupos de interés es la de contar con información extra contable, entre ella, información prospectiva, reportes de responsabilidad social o balances sociales, anticipando los efectos de los hechos y/o sucesos que pueden ocurrir determinando su impacto en los resultados futuros y demostrando el grado de sustentabilidad de la empresa.

Los stakeholders actuales esperan que las organizaciones den respuestas efectivas a sus demandas mediante acciones concretas relacionadas con su desempeño social, ambiental y económico.

La RSC (Responsabilidad Social Corporativa) es la responsabilidad económica, social y ambiental de una organización frente a sus stakeholders. La norma ISO 26.000 la define la RSC como “la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus grupos de interés; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y esté integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.

La unidad de análisis en este trabajo está constituida por la industria automotriz argentina y las fuentes de información principales son de tipo secundario: revisión de reportes de sustentabilidad de las empresas líderes y artículos académicos e informes técnicos de utilidad para la identificación de los grupos de interés de la misma, siendo el objetivo realizar un análisis de cómo los reportes de sustentabilidad de las automotrices argentinas

1 Proyecto subsidiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba, Convocatoria “Proyectos Consolidar 2018-2021”.

contemplan a los stakeholders.

La metodología utilizada fue cualitativa. Se relevaron de la base de datos on line de GRI los informes de sostenibilidad disponibles más recientes de las siguientes terminales automotrices con sede en Argentina: General Motors, Mercedes – Benz, Renault, Scania, Toyota, Volkswagen y Honda Motor de Argentina.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: se comienza desarrollando las diferentes concepciones y autores sobre stakeholders, luego se continua con el desarrollo de las normativas internacionales del Global Reporting Initiative (GRI), Integrated Reporting Committee (IIRC) y Norma AA1000. A continuación, se analiza el relevamiento de los informes sobre los grupos de interés y por último se arriba a las conclusiones.

2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

La empresa requiere siempre la aprobación y respaldo de todos los que se encuentran implicados en su actividad, de todas aquellas personas o grupos que afectan o son afectados por sus decisiones: los stakeholders. Al comienzo se utilizó el término para describir las relaciones de la empresa con su entorno. Luego se amplió a la necesidad para generar estrategias o guías de acción para la empresa moderna dando respuesta a su RSC concreta. Si hacemos un recorrido histórico del concepto podemos ver su evolución:

“Son stakeholders todos los grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir” (SRI International, 1963)

“Cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984)

“Son llamados colectivamente stakeholders de la corporación aquellos hacia los cuales la empresa tiene cualquier obligación moral” (George, 1989)

Encontramos dos enfoques de empresa. Primero el de los shareholders basado exclusivamente en los accionistas y socios que promueve la idea de Milton Friedman que la única responsabilidad de las empresas es obtener beneficios y en ese sentido los únicos interesados son los accionistas y socios, los dueños.

Por otro lado, el enfoque de los stakeholders está basado en grupos de interés, o sea a todos aquellos individuos o grupos que por motivos estratégicos o de legitimidad moral es necesario para el logro de los objetivos de la empresa.

El enfoque de los stakeholders, al cual adherimos, mantiene que la empresa tiene una responsabilidad frente a diferentes públicos o grupos ya que estos tienen un interés legítimo.

Dentro de este enfoque podemos distinguir dos grupos de stakeholders en función a su proximidad al núcleo de la empresa: internos (vinculados directamente a la empresa u organización en calidad de socios, accionistas, directivos, trabajadores, etc.) y externos (no vinculados orgánicamente a la empresa como los clientes, competidores, proveedores, medios de comunicación, partidos políticos, sindicatos, administración pública, universidades, bancos, comunidades locales, países, etc.)

Estos agentes poseen atributos a través de los cuales pueden ejercer influencia en la empresa: poder, en la medida que pueden influir en la gestión y estrategia de la empresa para defender sus intereses; urgencia y presión que pueden ejercer sobre la misma y legitimidad de sus demandas (Mitchell et al, 1997).

Hoy en día se habla del triple uso del enfoque de stakeholders:

- 1) Descriptivo: a partir del cual la empresa conoce detalladamente sus distintos grupos de interés internos y externos, las clases, atributos, definiendo un mapa de stakeholders y coaliciones entre ellos que permite el conocimiento para establecer prioridades y políticas en relación a los mismos.
- 2) Estratégico – instrumental: a partir del cual se generarán estrategias que satisfagan las demandas o intereses de los stakeholders que pueden poner en riesgo la organización.

3) Normativo: a partir del cual se plantea que la empresa no debe conseguir mayores ganancias a través de estrategias con sus stakeholders, sino que los intereses de los stakeholders son legítimos moralmente y frente a ellos la empresa tiene una responsabilidad también moral.

3. GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

GRI es una organización internacional independiente que ayuda a las empresas, gobiernos y otras organizaciones a entender y comunicar el impacto de las empresas en materia de sustentabilidad críticos, tales como el cambio climático, los derechos humanos, la corrupción y muchos otros.

La Iniciativa del Reporte Global, en inglés Global Reporting Initiative (GRI), es una organización fundada en Boston en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA) actualmente con sede en Ámsterdam.

Las normas GRI son los primeros estándares globales para los informes de sostenibilidad. Cuentan con una estructura modular relacionados entre sí y representan la mejor práctica mundial para informar sobre una serie de impactos económicos, ambientales y sociales.

El GRI ha desarrollado la "Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad", cuya primera versión surgió en el 2000 (G1), la segunda en el 2002 (G2), la tercera en el 2006 (G3) con su ampliación en el 2012 (G3.1), en mayo de 2013 (G4) y la última versión los GRI Standars vigentes desde julio de 2018.

Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple cuenta de resultados (triple bottom line), económico, social y medioambiental.

El objetivo es lograr la presentación de informes de calidad que permitan a los grupos de interés realizar valoraciones fundadas sobre el desempeño de las organizaciones y puedan adoptar medidas, de manera oportuna. Estas memorias ofrecen un marco general como herramienta de comunicación creíble y confiable, estableciendo una serie de principios para determinar tanto el contenido como la calidad de las memorias a presentar.

Las organizaciones deberán informar sobre:

1. Materialidad: La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

2. Participación de los grupos de interés: La organización debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.

3. Contexto de sostenibilidad: Se consulta sobre la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global. La mera información sobre las tendencias del desempeño individual (o sobre la eficiencia de la organización) no dará respuesta a esta pregunta.

4. Exhaustividad: La cobertura de los Indicadores y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante durante el periodo que cubre la memoria.

También se deberá garantizar la calidad y la presentación adecuada de la información divulgada cumpliendo con:

1. Equilibrio: La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

2. Comparabilidad: Se deben seleccionar, recopilar y divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

3. Precisión: La información debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante.

4. Periodicidad: La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

5. Claridad: La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

6. Fiabilidad: La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

Versiones de aplicación de GRI

En la versión G2 existía una distinción entre las entidades que adherían a la iniciativa “de conformidad con” que debían cumplir con todos los lineamientos y las que lo hacían “de manera parcial e informal” (tomando algunas pautas).

La versión G3 planteó un sistema de niveles de aplicación para exteriorizar en qué medida se va aplicando el marco, con las calificaciones C, B y A, a las que se agrega un signo + en caso de haber sido verificada por parte de un tercero independiente. Las empresas se autocalifican y pueden recurrir a GRI para que compruebe la autocalificación o contar con la opinión de un verificador externo. El nivel de calificación puede incluirse en el informe escrito. La versión G4 deja de lado la calificación de acuerdo con los niveles de aplicación. Hay dos opciones: la esencial y la exhaustiva. La opción esencial incluye los elementos esenciales de un informe de sustentabilidad y proporciona una base sólida para que la organización comunique sus impactos. Por otra parte, la opción exhaustiva le agrega a la anterior, revelaciones sobre la estrategia y el análisis, el gobierno, la ética y la integridad. También es necesario que se comunique el desempeño con mayor profundidad, incluyendo todos los indicadores que correspondan a los aspectos materiales que se hayan detectado.

En el manual de las G4 se proporcionan los lineamientos para definir el contenido del informe y se sugiere una serie de pasos para identificar los aspectos materiales y sus impactos. Recomiendan documentar el proceso (metodologías, supuestos, decisiones, etc) para facilitar el posterior análisis. Se mencionan cuatro etapas del proceso de elaboración:

- 1) Identificación de los temas de sostenibilidad cubiertos en la Guía con los indicadores.
- 2) Priorización de los aspectos relevantes para identificar aquellos que son materiales y deben ser informados.
- 3) Validación del contenido material para tratar que el informe presente razonablemente y en forma equilibrada su desempeño positivo y negativo de sustentabilidad.
- 4) Revisión y publicación del informe.

A continuación, se hará referencia a los puntos que deben ser informados en los reportes sobre los grupos de interés que es objeto del trabajo.

Participación de los grupos de interés (G4)

Los Contenidos básicos aportan una visión de conjunto de la participación de los grupos de interés en la organización durante el periodo objeto de análisis. No han de limitarse a la participación derivada de la elaboración de esta memoria. Los puntos a informar en relación a los grupos de interés son:

- G4-24: Elabore un listado de los grupos de interés vinculados a la organización. Algunos ejemplos de grupos de interés:
 - sociedad civil;
 - clientes;
 - empleados, otros trabajadores y sindicatos; y comunidades locales;
 - accionistas y proveedores de capital;
 - proveedores.

• G4-25: Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja. Recopilación: Describa el proceso mediante el cual la organización determina con qué grupos de interés se relaciona.

• G4-26: Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria. Pueden emplearse encuestas (por ejemplo, a proveedores), grupos de discusión, grupos de expertos sociales, grupos de asesores empresariales, comunicaciones escritas, estructuras directivas o sindicales y otros medios.

• G4-27: Señale qué cuestiones y problemas clave se han identificado a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.

El 19 de octubre de 2016 se publicaron los “Estándares GRI” que se deben aplicar en todos los informes que se publiquen a partir del 1 de julio de 2018. Según GRI, los nuevos estándares mantienen los temas y los conceptos claves del GRI G4.

Los Estándares GRI se presentan como una nueva forma modular, interrelacionada y más versátil para elaborar reportes de sustentabilidad. Su forma modular permite que su actualización pueda ser modular y parcial, a diferencia de las anteriores guías GRI, que eran revisadas y actualizadas en su totalidad por GRI cada dos o tres años. Se trata de un cambio de formato de GRI G4, que pasa de estar constituido por dos documentos (Principios de elaboración de memorias y contenidos básicos y Manual de aplicación) a ser un compendio de 36 documentos independientes, pero interrelacionados. No incluyen aspectos nuevos, pero si ciertos cambios en la forma de reportar (ahora queda más clara la diferencia entre lo que es obligatorio y lo que es una recomendación u orientación), en la ubicación de los aspectos (un mismo aspecto pasa a pertenecer a otra categoría) y en los indicadores. GRI ha elaborado una tabla de correspondencias. No obstante, los Estándares GRI no serán de uso obligatorio hasta julio de 2018, aunque obviamente, se recomienda comenzar a trabajar antes con ellos.

Las opciones de conformidad esencial y exhaustiva se mantienen sin cambios sustanciales. Los Estándares GRI se estructuran en dos partes:

1) Estándares Universales:

- GRI 101: de uso obligatorio para todas las organizaciones, establece los fundamentos y principios para el uso de GRI G4, los requisitos básicos para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, así como las bases para el análisis de materialidad.
- GRI 102: incluye las pautas para informar sobre el contexto de la organización y los contenidos básicos generales. Es obligado su uso.
- GRI 103: establece las bases para reportar sobre el enfoque de gestión de cada aspecto material (DMA). También es universal.

2) Estándares temáticos:

- GRI 200: de aplicación voluntaria, incluye un estándar por cada aspecto económico. Algunos aspectos antes pertenecientes a la categoría «social», pasan a ser económicos, como anticorrupción o competencia desleal.
- GRI 300: se centra en los aspectos ambientales, y por tanto, es también de uso voluntario.

- GRI 400: de uso voluntario, desarrolla los aspectos sociales.

4. REPORTE INTEGRADO DEL IIRC

En el año 2010 en Londres se creó un consejo a nivel internacional denominado “Consejo Internacional de Reportes Integrados” (IIRC por sus siglas en inglés de International Integrated Reporting Council). Es una coalición global de reguladores, inversores, empresas, organismos de normalización de la profesión contable, profesionales contables y organizaciones no gubernamentales. El objetivo era crear un marco conceptual que guiara el proceso de transición hacia una nueva estructura de información y así dar respuestas a las necesidades de los usuarios. En julio del 2012 en Río de Janeiro se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible, donde se generó un documento llamado “El futuro que queremos”, en el cual uno de los puntos analizados fue el índice de medición de desarrollo, proponiendo lo siguiente: “Abandonar el actual sistema de medición de desarrollo de los países, basado exclusivamente en el desempeño económico por un nuevo índice que tenga en cuenta los criterios de desarrollo social y de protección ambiental”. “Sin duda a lo que se refiere el punto anterior es a un reporte integrado por parte de las organizaciones, distinto al tradicional informe financiero, en donde obviamente toda información se basa en los estados financieros, producto de la contabilidad de las organizaciones públicas y privadas, es decir, un informe de sostenibilidad, una memoria de sostenibilidad” (Saitua, Andicoechea, & Albizu, 2014).

“Los reportes integrados (Integrated Reporting) pueden ayudarle al lector de la información a ver más allá de los resultados de corto plazo hacia un horizonte de generación de valor a largo plazo. Pueden ser aplicados por la compañía para mejorar el enfoque de sus informes anuales” (Scavone, 2014).

Como señala Cohen (2018, p 46) “El IR ha sido creado para mejorar la rendición de cuentas, la administración y la confianza, así como para aprovechar el flujo de información y la transparencia de los negocios que la tecnología ha traído al mundo moderno. Proporcionando a los inversores la información que necesitan para tomar decisiones más eficaces de asignación de capital que facilitará una mejor rentabilidad de las inversiones a largo plazo”. El propósito principal de un IR es el de explicar a los proveedores de capital financiero cómo una organización crea valor a lo largo del tiempo beneficiando a los grupos de interés incluyendo los empleados, clientes, proveedores, socios, comunidad local, legisladores, reguladores y políticos.

El IR establece seis categorías de capitales (recursos y las relaciones utilizados y afectados por una organización), siete principios (directrices que guían la preparación y presentación explicando su contenido) y ocho contenidos (categorías de información que deben incluirse).

Capitales

1) Capital financiero: El conjunto de fondos que es disponible para la organización para su uso en la producción de bienes o la prestación de servicios, y obtenido a través de financiación, como deuda, capital o subvenciones, o generados por las operaciones o inversiones.

2) Capital manufacturado: objetos físicos manufacturados que son disponibles para la organización para su uso en la producción de bienes o la prestación de servicios, incluyendo: edificios, equipos e infraestructura (como carreteras, puertos, puentes y residuos y plantas de tratamiento de agua).

3) Capital humano: habilidades y experiencia de la gente, sus motivaciones para innovar, incluyendo su alineación y apoyo de la organización de marco de gobierno y los valores éticos, tales como el reconocimiento de los derechos humanos, la capacidad de entender e implementar las estrategias de una organización y lealtades y motivaciones para la mejora de los procesos, bienes y servicios, incluyendo su capacidad para dirigir y colaborar.

4) Capital intelectual: activos intangibles que proporcionan ventajas competitivas, entre ellas: propiedad intelectual, como patentes, derechos de autor, software y de organización de sistemas, procedimientos y protocolos, y los activos intangibles que se asocian a la marca y la reputación que una organización ha desarrollado.

5) Capital natural: es un insumo para la producción de bienes o la prestación de servicios. Las actividades de una organización también afectan, positiva o negativamente, sobre el capital natural. Incluye: el agua, la tierra, los minerales y los bosques, la biodiversidad y la salud del ecosistema.

6) Capital social: Las instituciones y las relaciones establecidas entre y dentro de cada comunidad, grupo de partes interesadas y otras redes para mejorar el bienestar individual y colectivo. Incluye: los valores, comportamientos, las relaciones, la confianza y lealtad.

Principios

1) Enfoque estratégico y orientación futura: Debe dar una visión de la estrategia de la organización, cómo se relaciona con la capacidad de la organización para crear valor en el corto, medio y largo plazo, el uso de los capitales y sus efectos en estos.

2) Conectividad de la información: Debe mostrar una imagen holística de la combinación, interrelación y dependencia entre los factores que afectan a la capacidad de la organización para crear valor a lo largo del tiempo.

3) Relaciones con los grupos de interés: Debe dar una visión de la naturaleza y la calidad de las relaciones de la organización con sus grupos de interés clave, incluyendo cómo y en qué medida la organización comprende, tiene en cuenta y responde a sus necesidades e intereses legítimos. El informe no tiene que satisfacer todas y cada una de las necesidades informativas de todas las partes interesadas. Estas deben proporcionar datos útiles sobre la información que es más relevante para ellas, lo cual podría conducir a incluir cuestiones económicas, ambientales y sociales que también afectan la capacidad de la organización para crear valor. Sus necesidades pueden ayudar a la organización a entender cómo las partes perciben el valor, a identificar tendencias informativas, etc.

4) Materialidad: Debe divulgar información acerca de los asuntos que afecten sustancialmente la habilidad de una organización para crear valor en el corto, medio y largo plazo. El proceso de determinación de la materialidad implica: identificar los asuntos relevantes en función de su capacidad de afectar la creación de valor; evaluar la importancia de los asuntos pertinentes en términos de su efecto real o potencial sobre creación de valor; dar prioridad a los asuntos en función de su importancia, y determinar la información a revelar sobre asuntos importantes.

5) Concisión: Información sobre el contexto como para poder entender la estrategia de la organización, su gobierno corporativo, su desempeño y sus perspectivas futuras sin tener que lastrar al lector con excesiva narrativa e información irrelevante. Debe seguir una estructura lógica, expresar con claridad los conceptos y en pocas palabras como sea posible, favorecer un lenguaje sencillo, evitando el uso de jerga o terminología técnica, evitar contenidos altamente genéricos, a menudo referidos como textos estereotipados, específicos a la organización.

6) Fiabilidad y exhaustividad: Debe incluir todas las cuestiones materiales, tanto positivas como negativas, de una manera equilibrada y sin error material. Para confiar en la información, son necesarios robustos sistemas de control interno, la participación de los interesados, auditorías internas o similares, así como la verificación externa por auditores independientes.

7) Consistente y comparable: La información en un informe integrado deberá ser presentada de manera que sea consistente a lo largo del tiempo, de forma que permita la comparación con otras organizaciones en la medida que sea material para la habilidad de la organización de crear valor a lo largo del tiempo.

Contenidos

1) Descripción de la organización y del entorno externo: ¿Qué hace la organización y cuáles son las circunstancias en las que opera? Se debe identificar la misión, la visión y el contexto. Su cultura, ética y valores; propiedad y su estructura operativa; principales actividades y mercado; panorama de la competencia y posicionamiento en el mercado, o posición dentro de la cadena de valor.

2) Gobierno Corporativo: ¿De qué manera la estructura de gobierno corporativo de la organización apoya la capacidad de crear valor en el corto, medio y largo plazo?

Informar sobre la estructura de liderazgo, habilidades y diversidad de la gobernanza; etc.

3) Modelo de negocio: ¿Cuál es el modelo de negocio de la organización? Se debe incluir información sobre insumos, productos y resultados, mostrar las diferencias de la compañía con el resto del mercado, así como el modelo de negocio; los resultados internos y externos, etc.

4) Riesgos y oportunidades: ¿Cuáles son los riesgos y las oportunidades específicas que afectan a la capacidad de la organización para crear valor? Se debe indicar las fuentes tanto internas como externas.

5) Estrategia y asignación de recursos: ¿De dónde viene la organización, hacia dónde quiere ir, y cómo piensa llegar? Hay que identificar los objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo; las estrategias que ha puesto en marcha o intenta implantar para conseguir dichos objetivos; la asignación de recursos para implantar estas estrategias; la forma de medir los logros y los resultados en los distintos plazos.

6) Desempeño: ¿En qué medida la organización alcanza sus objetivos estratégicos y cuáles son los resultados en términos que tengan efecto sobre los capitales? Debe contener información tanto cualitativa como cuantitativa en la que se pongan de manifiesto los objetivos estratégicos hasta el momento alcanzados y cuáles han sido los resultados en término de efectos sobre los capitales.

7) Perspectivas Futuras: ¿A qué retos e incertidumbres puede enfrentarse la organización al desarrollar su estrategia? sobre las expectativas, desafíos e incertidumbres con los que se puede encontrar; etc.

8) Bases y presentación: ¿Cuáles son las implicaciones potenciales para su modelo de negocio y desempeño futuro?

Desde el año 2011 se presentan estos informes en el IIRC. En su página web están cargados y son de consulta pública. Se presentaron 46 informes el primer año. Bajó un 30% en el 2012 con 32 informes presentados. El 2014 es el año de mayor presentación con 86 informes con un crecimiento de más del 60%. Luego en el 2016 con 31 y 2017 con 45 informes presentados (Integrated Reporting, 25/09/19).

5. NORMA AA1000 “COMPROMISO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS”

AccountAbility es una red global no lucrativa de consultoría y normas que se estableció en 1995 para promover innovaciones en aseguramiento que fomenten el desarrollo sostenible. Trabaja con organizaciones para mejorar su rendimiento a través de su estrategia de sostenibilidad, el impacto ambiental y social de sus operaciones, innovación y oportunidades de crecimiento, los grupos de interés y la comunicación de sus datos.

En 1999 se publicó la norma Marco AccountAbility AA1000 que tiene por objeto aumentar el nivel de responsabilidad de las organizaciones, mejorando la calidad de los reportes sociales y éticos, tanto en su registro como en su auditoría y exposición. Describe un conjunto de procesos que una organización puede seguir para contabilizar, administrar y comunicar su desenvolvimiento social y ético, sin precisar o especificar cual debiera ser ese desenvolvimiento. El objetivo es ayudar a las empresas para que puedan rendir cuentas en mejor forma, y que sean más responsables y más sustentables, brindar herramientas para una mejor gobernabilidad, modelos de negocio y estrategias organizacionales, proveer guías de operación y de aseguramiento y participación de los interesados.

La Serie AA1000 está compuesta por:

- AA1000 APS (2008) Principios de AccountAbility: provee un marco para que una organización priorice y responda a los desafíos de la sustentabilidad.
- AA1000 AS (2008) Normas de Aseguramiento: brinda una metodología para que los auditores evalúen la naturaleza y extensión en que una organización adhiere a los principios de AccountAbility.

- AA1000 SES (2005) Norma de compromiso con los grupos de interés: provee un marco para que las organizaciones aseguren que el compromiso de las partes interesadas esté orientado a propósitos específicos, sea sólido y brinde resultados.

La norma de aseguramiento de sostenibilidad expresa que los grupos de interés no son solo los miembros de las comunidades u organizaciones no gubernamentales. Son aquellos individuos, grupos de individuos u organizaciones que afectan y/o pueden ser afectados por las actividades, productos, servicios o desempeño asociado a una organización, en relación con los asuntos abordados en el compromiso.

Por tanto, el compromiso de los grupos de interés es el proceso utilizado por una organización para implicarse con los grupos de interés pertinentes con un propósito claro a fin de lograr los efectos consensuados. Esto es también reconocido ahora como un mecanismo fundamental de accountability, ya que obliga a la organización a implicar a sus grupos de interés en identificar, comprender y abordar las cuestiones y preocupaciones en torno a la sostenibilidad, así como a informar, explicar y responder a los grupos de interés de las decisiones, acciones y desempeño.

Comprometerse con las personas grupos de personas u organizaciones que son afectados o que pueden afectar a las actividades, productos o servicios y desempeño asociado de una organización, y responder a sus preocupaciones hace que una organización actúe mejor. Aumenta su conocimiento y contribuye a mantener su licencia para operar. La calidad del compromiso de los grupos de interés puede:

- Dar lugar a un desarrollo más equilibrado y sostenible, dando a quienes tienen derecho a ser escuchados, la oportunidad de ser considerados en los procesos de toma de decisiones;
- Permitir una mejor gestión de las oportunidades, los riesgos y la reputación;
- Facilitar la puesta en común de recursos (conocimientos, personas, dinero y tecnología) para resolver problemas y alcanzar objetivos que no pueden conseguirse por individuos, grupos de individuos u organizaciones actuando por su cuenta;
- Facilitar la comprensión de los entornos operativos complejos, incluyendo la evolución de los mercados, y las dinámicas políticas y culturales;
- Facilitar el aprendizaje de los grupos de interés, dando lugar a mejoras e innovaciones en productos y procesos;
- Informar, educar e influir en los grupos de interés para mejorar sus acciones y decisiones que incidirán en la organización y en la sociedad; y
- Contribuir al desarrollo de relaciones con los grupos de interés, basadas en la confianza y transparentes.

La guía plantea una metodología de identificación sistemática de los grupos de interés. Se debería considerar el alcance del compromiso y puede guiarse por atributos de los grupos de interés, como los siguientes:

- Dependencia - grupos o individuos que son directa o indirectamente dependientes de las actividades, productos o servicios y desempeño asociado a la organización, o de los que la organización depende para poder operar;
- Responsabilidad - grupos o individuos con quienes la organización tiene, o en el futuro puede tener, responsabilidades legales, comerciales, operacionales o ético-morales;
- Tensión - Grupos o individuos que necesitan atención inmediata de la organización respecto a aspectos financieros, a cuestiones económicas más amplias, asuntos sociales o ambientales;
- Influencia - grupos o individuos que pueden tener un impacto en la toma de decisiones estratégicas u operativas de la organización o de los grupos de interés;
- Perspectivas diversas - grupos o individuos cuyos puntos de vista diversos pueden conducir a una nueva comprensión de la situación y a la identificación de oportunidades de actuación que de otra manera no podrían producirse.

Los grupos de interés también pueden incluir a aquellos que, a través de la regulación, las costumbres, la cultura o la reputación, pueden legítimamente reivindicar que representan alguno de estos intereses y también los intereses de quienes no tienen voz como las generaciones futuras y el medio ambiente.

Una identificación inicial de los grupos de interés puede basarse en fuentes externas tales como estudios de investigación y análisis de competidores, así como en fuentes internas, incluidas las personas con conocimiento sobre la organización y las cuestiones relacionadas con el propósito y el alcance del compromiso. A medida que

progresa el compromiso puede ser conveniente revisar la identificación de los grupos de interés a partir de las aportaciones de los grupos de interés.

6. RELEVAMIENTO DE LOS GRUPOS DE INTERES EN LOS INFORMES DE SUSTENTABILIDAD PRESENTADOS POR EMPRESAS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ ARGENTINA

Para la elaboración de este apartado, se relevaron de la base de datos on line de GRI (<https://database.globalreporting.org/>) los informes de sustentabilidad disponibles más recientes de las siguientes terminales automotrices con sede en Argentina:

- General Motors de Argentina S.R.L (2013 - 2014)
- Mercedes - Benz Argentina S.A. (2015 - 2016)
- Renault Argentina S.A. (2015 - 2016)
- Scania Argentina S.A. (2016)
- Toyota Argentina S.A. (2016)
- Volkswagen (2009 – 2011)
- Honda Motor de Argentina (2016)

Una vez relevados los informes se sistematizaron en una planilla separándolos por terminales automotrices. Se identificaron los grupos de interés a los que los informes hacen referencia tanto explícitamente como implícitamente, cómo están compuestos y sus canales de comunicación. Por último, se realizó una lectura detallada para evaluar la relación que tienen con cada uno e identificar conflictos y problemas.

Las empresas relevadas para el presente trabajo no presentan sus informes de sustentabilidad siguiendo los lineamientos del IIRC, sino que lo hacen en cumplimiento de los indicadores del GRI. Todas informan cumplir la normativa de aseguramiento AA1000, la ISO 26000 y adhieren al Pacto Global.

Con respecto al cumplimiento de los lineamientos referidos a los grupos de interés, los informes relevados para la elaboración de este trabajo dan cumplimiento a los indicadores GRI versión G4 puntos 24 al 27.

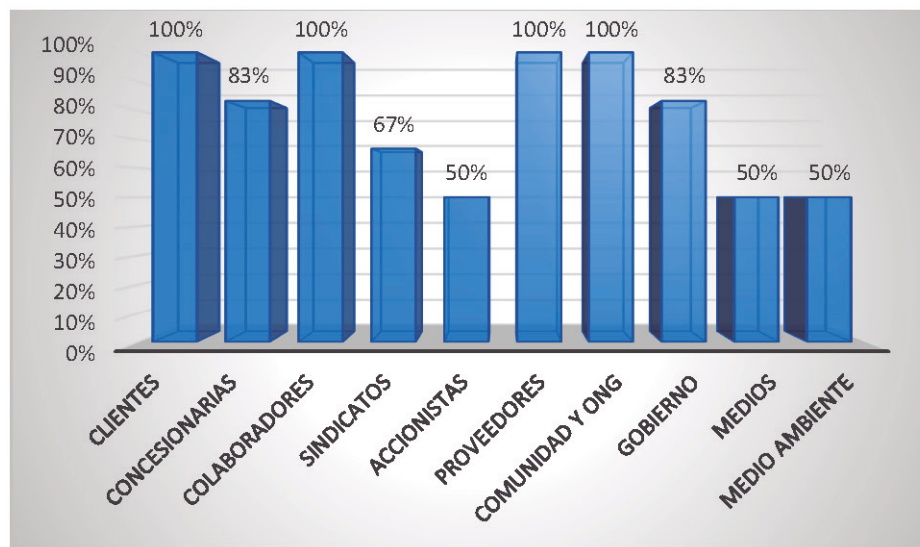
En gráfico No 1 se muestran los diferentes grupos de interés que informan en sus reportes las terminales automotrices relevadas y el No 2 el porcentaje de aparición de cada uno.

Gráfico 1: Grupos de interés informados en los reportes



Fuente: elaboración propia

Gráfico 2: Participación de los grupos de interés en los reportes



Fuente: elaboración propia

Se observa que la totalidad de las empresas identifican a los clientes, colaboradores, proveedores y comunidad – ONG como grupos de interés. En menor medida (83%) identifican a las concesionarias y el gobierno, el 67% a los sindicatos y sólo el 50% a los accionistas, medios de comunicación y medio ambiente.

En la tabla 1 se observa la composición de cada grupo de interés y los canales de comunicación que tienen con ellos, según lo reportado por cada terminal.

Tabla 1: Grupos de interés, composición y canales de comunicación

GRUPO DE INTERÉS	COMPOSICIÓN	CANALES DE COMUNICACIÓN
Colaboradores	Empleados jerárquicos, especialistas, jornalizados.	Reuniones, encuentros informativos, desayunos, revistas internas, carteleras, e-mail, intranet, redes sociales, blogs, encuestas, revistas, evaluación de desempeño, entrevistas de conocimiento. Sistema de sugerencias. Comité de ética. Almuerzos y desayunos de trabajo, mesas abiertas, charlas especiales. Boletines informáticos. TV corporativa.
Clientes	Clientes en general, clasificados por productos y servicios.	Revistas, eventos, e-mail, call center, encuestas de calidad y satisfacción, redes sociales, convenciones. Centro de atención telefónica. Estudios de mercado. Acciones de marketing.

Proveedores	Por compras de productos y servicios (productivos y no)	Plataformas, reuniones, visitas regulares, portales de proveedores. Manuales y guías de compras. Actividades de capacitación. Encuestas de satisfacción.
Concesionarios	Redes de terceros que distribuyen los productos y servicios.	Reuniones con la Cámara de concesionarios, workshops, revistas, extranet, e-mails, reuniones, programas de capacitación de venta y post venta, encuestas de evaluación.
Accionistas	Individuos o compañías del grupo. Accionistas y directores.	Reuniones de asamblea y reportes gerenciales. Memoria y estados contables. Reportes de sustentabilidad. Eventos y reuniones. Gacetillas de prensa.
Comunidad	Comunidades vecinas a las plantas, comunidad en general, asociaciones sin fines de lucro, universidades, colegios.	Eventos de RSE, reuniones, visitas a la planta, conferencias, e-mails. Participación en foros y congresos. Capacitaciones y cursos a escuelas y universidades. Participaciones de iniciativas sociales. Contacto directo con directivos de ONG.
Sindicatos	Organizaciones sindicales que representan a los colaboradores. Comité de higiene y seguridad. Compañías de seguros.	Reuniones periódicas con organizaciones sindicales, reuniones con SMATA y con las cámaras empresariales.
Gobierno	Autoridades gubernamentales nacionales, provinciales y municipales.	Reuniones, e-mails. Participación en comisiones y grupos de trabajos. Participación en cámaras y asociaciones gubernamentales.
Medios de comunicación	Diarios, revistas, Blogs, redes sociales, radios, televisión.	Comunicados de prensa, redes sociales, web, eventos especiales para periodistas y prensa.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 2 se puede observar a cada terminal y sus grupos de interés según éstos sean nombrados en los informes de forma explícita o sea identificándolos concretamente como tales. Aquellos grupos de interés que no son nombrados como tales se los clasificó como implícitos.

Todas las automotrices salvo Renault identifican explícitamente la mayoría de sus grupos de interés en los informes, explicando quiénes lo componen, qué acciones se llevan a cabo con cada uno (programas, actividades, compromisos, etc.), qué canales de comunicación tienen cotidianamente y las acciones futuras para continuar mejorando las relaciones con ellos.

Los sindicatos, medios de comunicación y gobierno son stakeholders que tienen la mayoría de las empresas como implícitos, no declarados formalmente en los informes. Relatan experiencias, reuniones o actividades llevadas a cabo conjuntamente pero no los clasifican como tales.

Los clientes, colaboradores y comunidad son los tres grupos donde todas coinciden en declararlos como explícitos en los informes y la información que dan sobre ellos es mucho más detallada y amplia que con el resto.

Tabla 2: Terminales automotrices relevadas y grupos de interés informados en sus reportes

AUTOMOTRIZ	GRUPO DE INTERÉS	Clientes	Proveedores	Concesionarias	Colaboradores	Sindicatos	Medios	Gobierno	Comunidad	Accionistas
RENAULT	Explicito	X			X				X	
	Implicito		X	X		X	X	X		X
TOYOTA	Explicito	X	X	X	X				X	
	Implicito					X	X	X		X
GENERAL MOTOR	Explicito	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Implicito									X
MERCEDES BENZ	Explicito	X	X	X	X				X	X
	Implicito					X	X	X		
SCANIA	Explicito	X	X	X	X			X	X	
	Implicito					X	X			X
VOLKSWAGEN	Explicito	X	X		X				X	
	Implicito			X		X	X	X		X
HONDA	Explicito	X	X	X	X		X	X	X	
	Implicito					X				X

Fuente: elaboración propia

En general las empresas manifiestan una buena relación con caga grupo de interés y no informan problemas, dificultades o conflictos de intereses. Sólo dos empresas de las relevadas informan conflictos.

En el informe de Toyota se observa el ítem “Anormalidades ambientales” donde explican “Se trata de situaciones fuera del estándar interno de Toyota, que tienen o que pueden ocasionar un impacto negativo. A fin de conocer el origen de la anomalía, corregir la falla y evitar su repetición, se realizan procedimientos estandarizados para informarlas y analizarlas, que están a cargo del personal involucrado en el acontecimiento y del Departamento de Asuntos Ambientales. Durante el período en análisis solo se han producido situaciones menores y de baja significancia, durante el funcionamiento de la planta” (Toyota, 2015-2016, p. 38). Luego el informe muestra el siguiente cuadro:

ANORMALIDADES AMBIENTALES (ABRIL DE 2015 – MARZO DE 2016)

Tipo de anomalía	Descripción	Causa raíz	Contramedida
Derrame	Se observa derrame de gasoil dentro de la zona de contención por pérdida del mismo dentro del equipo de carga (surtidor).	Se detecta que una tapa lateral del aforador estaba floja o desajustada. De allí provenía la pérdida de gasoil. Los bulones de sujeción de la tapa se encontraban barridos debido a la presión de paso de gasoil en el interior de un aforador defectuoso.	Se reemplazó el aforador completo, ya que el reemplazo de la tapa no era suficiente, porque el cuerpo del aforador tenía barridas sus roscas. Además, se actualizaron los instructivos de despacho de gasoil y de acciones a tomar en caso de que exista una anomalía.

Por su parte en el informe de General Motor, encontramos el siguiente comentario sobre un problema “aunque existieron en 2013-2014 algunos desacuerdos y/o controversias, todas las situaciones fueron resueltas dentro del marco del diálogo, priorizando los objetivos comunes y sin pérdidas de días de trabajo o impacto negativo en el clima laboral interno” (General Motor, 2013-2014, p. 48).

Además, todos los informes relevados hacen referencia a la ISO 26000 con sus siete principios de la Responsabilidad Social. La idea de que una organización adopte una conducta socialmente responsable surge de la necesidad de su contribución al desarrollo sostenible. El principio 7.4. habla del “Respeto a los intereses de las partes interesadas” y señala que la organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas. Esto es así porque, aun cuando los objetivos de una empresa puedan circunscribirse a los intereses de sus dueños, existe un conjunto de actores o partes interesadas que, si bien no forman parte de la empresa, tienen unas necesidades y unos intereses legítimos que pueden verse afectados por las actividades de la empresa. La ISO 26000 recomienda tener en cuenta a estos grupos de interés a la hora de operar y tomar decisiones. Por su parte las empresas Toyota y Mercedes Benz utilizan la Guía AA1000SES de Accountability para identificar sus grupos de interés anteriormente desarrollada.

7. CONCLUSIONES

En nuestro país es creciente el número de empresas que están realizando reportes de sustentabilidad bajos lineamientos internacionales como GRI o IIRC. Apuestan a mejorar la imagen de la organización, los procesos internos, programas sociales y ambientales, todo orientado a lograr un futuro mejor para todos.

La mayoría de las empresas argentinas, hace tiempo viene trabajando con lineamientos concretos en relación a la sustentabilidad. Estas acciones son comunicadas a través de los reportes no financieros con el objetivo de transparentar sus acciones a los stakeholders en materia de sustentabilidad.

Se identificaron en los reportes de sustentabilidad de las automotrices argentinas los stakeholders: las formas en que los agrupan y definen, quienes componen cada grupo, si son explícitos o no, la relación entre ellos, los canales de comunicación que tienen, los conflictos de intereses que presentan y la forma en que los resuelven.

Del análisis de los reportes de las automotrices se concluye que la mayoría identifica explícitamente sus grupos de interés, explicando con detalles quiénes lo componen, cómo es la relación con cada uno, qué acciones se llevan a cabo colaborando para mejorar la industria conjuntamente.

Otra cuestión que se puede resaltar es que en los reportes no se integran las relaciones de tensión con los stakeholders, sólo en dos casos (Toyota y General Motor) indican haber tenido algún conflicto con alguno de ellos. Las empresas relevadas para el presente trabajo no presentan sus informes de sustentabilidad siguiendo los lineamientos del IIRC, sino que lo hacen en cumplimiento de los indicadores del GRI. La gran mayoría de las automotrices argentinas informan cumplir la normativa de aseguramiento AA1000, la ISO 26000 y adhieren al Pacto Global.

Se considera una propuesta superadora para las automotrices argentinas incorporar el marco del Informe Integrado para comunicar una historia clara y concisa que explica cómo todos sus recursos están orientados a crear valor en el tiempo pensando de manera holística acerca de su estrategia y planes en el futuro, tomar mejores decisiones, gestionar los riesgos, afianzar la confianza con los grupos de interés y mejorar su rendimiento. El desarrollo de la Información Integrada está diseñado para mejorar y consolidar las prácticas en información. Proporciona una representación clara y concisa de cómo una organización evidencia su administración y cómo se crea y sostiene el valor. Un Informe Integrado debe ser el vehículo primario de emisión de información de una organización.

Las automotrices argentinas están comprometidas con la sociedad a lograr acciones que perduren en el mediano y largo plazo, por lo menos eso es lo que informan a sus grupos de interés a través de sus reportes, mejorando sus procesos y productos en pos del desarrollo sustentable.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AECA. (2011). Hacia la información integrada. La comunicación de valor en el siglo XXI. España.
- Amato, C.; Buraschi, M. y Peretti, M. F., "La gobernanza de la sustentabilidad en los diversos abordajes de organización industrial. Revisión bibliográfica exploratoria desde la Administración", Ponencia XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, 2017.
- Amato, C.; Romero, M. y García, L., "Gobernanza e impactos en la sostenibilidad de la cadena de valor de la industria automotriz en Argentina", Resúmenes de las XXII Jornadas de Epistemología de las Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2016.
- Amato, Celina; Berrino, Liliana; Cohen, Natalia; Pereyra, Walter y Romero, Mariano. "Descripción de la cadena global de valor de la industria automotriz: Actores, actividades e impactos en la sustentabilidad reportados". 35° Congreso Nacional ADENAG. Universidad Nacional de Tucumán. Mayo de 2019. Tucumán. Disponible en: <https://www.adenag.org.ar/congresos/nacionales>
- Buraschi, M.; Peretti, M. F. y Amato, C., "El enfoque de cadena de valor y la gobernanza de la sustentabilidad. Presentación de avances del Proyecto de Investigación: SECYT, UNC 2016-2017", Resúmenes de las XXII Jornadas de Epistemología de las Ciencias Económicas, CIECE-Facultad de Ciencias Económicas- Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2016.
- Buraschi, M.; Peretti, M. F. y Amato, C., "La gestión de la sustentabilidad en las cadenas de valor internacionales", Resúmenes de las XXI Jornadas de Epistemología de las Ciencias Económicas, CIECE-Facultad de Ciencias Económicas- Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.
- Cantarella, J.; Katz, L. y de Guzmán, G., "La Industria Automotriz Argentina: Limitantes a la integración local de auto componentes", Universidad Nacional General Sarmiento, Instituto de Industria, 2008.
- Cohen, N., "La necesidad de información contable no financiera: del informe de sustentabilidad al informe integrado. Un análisis en Argentina". Trabajo final de Maestría en Contabilidad, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad Católica de Córdoba, 2018.
- Cohen, N., "Del Informe de Sustentabilidad al Informe Integrado. Caso argentino. La necesidad de Información contable no financiera", Editorial Académica Española, publicado en 2018. ISBN: 978-620-2-16672-0.
- Consejo Federal de inversiones (CFI), "Informe del Sector Autopartista en Argentina", 2016. General Motors de Argentina S.R.L., "Reporte de Sustentabilidad 2014", General Motors de Argentina S.R.L., Argentina, 2013-2014.

Grisolía, Hector Julio. (2014). Los Estados Prospectivos. Un modelo para fortalecer el informe de sustentabilidad empresaria en el marco del reporte anual integral. FCE UBA, Buenos Aires.

Honda Motor de Argentina, "Reporte de Sustentabilidad 2016", Honda Motor de Argentina, Argentina, 2016.

Mercedes Benz Argentina S.A., "Reporte de Sustentabilidad 2016", Mercedes Benz Argentina S.A., Argentina, 2015-2016.

Renault Argentina S.A., "Reporte de Sustentabilidad 2016", Renault Argentina S.A., Argentina, 2015-2016.

Scania Argentina S.A., "Reporte de Sustentabilidad 2016", Scania Argentina S.A., Argentina, 2016.

Scavone, G. M. (2014). Calidad, ética profesional y cumplimiento. Pilares de la Información Financiera. República de Panamá: Seminario Interamericano de contabilidad 2014. Scavone, G. M. (2014). La evolución de la información contable hacia una calidad sustentable. En Los Estados Prospectivos. Un modelo para fortalecer el informe de sustentabilidad empresaria en el marco del reporte anual integral. Buenos Aires: Centro de modelos contables. UBA.

Scavone, G. M. (2014). La información no tradicional, un nuevo aspecto de la gestión. Documentos de trabajo de contabilidad social. UBA.

Scavone, G. M., & D Onofrio, P. (2005). Las empresas frente al desafío de demostrar su responsabilidad social. Contabilidad y Auditoría. UBA.

Toyota Argentina S.A., "Reporte de Sustentabilidad 2016", Toyota Argentina S.A., Argentina, 2016.

Viegas, J. C. (2014). El balance social y los estados financieros prospectivos. Documentos de trabajo de contabilidad social. UBA.

Viegas, Juan Carlos. (2014). Los Estados Prospectivos. Un modelo para fortalecer el informe de sustentabilidad empresaria en el marco del reporte anual integral. FCE UBA, Buenos Aires.

Volkswagen Argentina, "Reporte de Sustentabilidad 2019-2011", Volkswagen Argentina, Argentina, 2011.