

CHINA, SOSTENIBILIDAD Y TRANSPARENCIA

La necesidad de desarrollar sistemas para transmitir ágilmente la información relativa a la responsabilidad social corporativa no es sólo propia de los países desarrollados. Los países en desarrollo requieren cada vez más de la introducción de las nuevas tecnologías en la comunicación de sus políticas de sostenibilidad. Un ejemplo claro de esta tendencia se aprecia en como los retos que enfrenta China de la mano de su acelerado crecimiento económico están despertando el interés de su población por la responsabilidad social de la empresa.

En julio de 2008, el Pew Global Attitudes Project de Washington publicó un estudio que destacaba la creciente preocupación de los ciudadanos chinos por los problemas sociales y medioambientales de su país. De acuerdo con la investigación, los chinos consideran la polución del aire (junto con la creciente desigualdad de renta) como uno de los dos retos principales que enfrenta China en la actualidad. Así mismo, un 80% de los encuestados se mostró de acuerdo con que se de prioridad a la protección del medio ambiente incluso si eso implica un crecimiento económico más lento o la pérdida de algunos empleos.

Coincidiendo con la creciente inquietud dentro (y fuera) de sus fronteras, los responsables de política económica del gobierno chino han identificado los riesgos ecológicos como uno de los dos principales obstáculos para el desarrollo económico. China ha lanzado un proyecto de inversión de más de 30.000 millones de dólares con el objetivo de que para el año 2020 el 20% de su consumo energético provenga de energías

renovables. De conseguirlo, China alcanzaría el actual liderazgo de la Unión Europea en este campo tecnológico. Así mismo, se están realizando esfuerzos de protección medioambiental con efecto inmediato como la prohibición de ofrecer de forma gratuita bolsas de plástico en supermercados, centros comerciales o tiendas al por menor en vigor desde el 1 de junio de 2008.

Las demandas de un mayor respeto por el medio ambiente por parte de los ciudadanos chinos se dirigen de igual manera hacia el sector empresarial. Aunque los consumidores del país asiático son por el momento más sensibles al coste de los productos que los compradores occidentales, la preocupación por la sostenibilidad comienza a ser un criterio de compra entre los chinos. En un estudio de junio de 2009, la consultora Roland Berger señala que entre un 84% y un 88% de los habitantes de las grandes urbes del país trata de evitar comprar productos de empresas que no cuiden sus impactos medioambientales y prefiere adquirir productos “ecoló-

gicos” si ello no implica pagar un precio excesivamente elevado.

Ante esta tendencia, las corporaciones extranjeras que operan en China están profundizando en su compromiso con la sostenibilidad. Un ejemplo notable es como, desde enero de 2009, las nuevas tiendas de Wal-Mart en China utilizan un 40% menos de energía y en todos sus supermercados se ha reducido el uso de bolsas de plástico en un 80% y se ha incrementado la eficiencia energética en un 50%.

Las grandes empresas chinas están igualmente comenzando a destacar la sostenibilidad entre sus objetivos. SINOPEC, una de las primeras empresas del país en publicar un informe sobre sostenibilidad, declara en su memoria de 2008 que un 27% de los 10.700 millones de euros dedicados por la compañía a gastos de capital durante ese año se utilizaron para desarrollar la producción de energías limpias. La petrolera china hace propios en su informe los principios del Global Compact de las Naciones Unidas y explica brevemente como su consumo de energía y de agua, y el COD (chemical oxygen demand) en sus descargas hídricas se han reducido en un 14,12%, 12,2% y 13,2% respectivamente.

Este interés por el medio ambiente del consumidor chino es, en gran medida, una demanda de información. En su 2008 Chinese Consumer Survey, McKinsey&Company China señala que el 33% de los encuestados “querían entender los impactos

“

El 80% de los chinos considera que se debe dar prioridad a la protección del medio ambiente

”

medioambientales de los productos o servicios que consumían”, el 35% afirmaba “confiar más en compañías que exponían sus impactos medioambientales” y más de un 20% consideraba un criterio clave el respeto por el medio ambiente al comprar productos como una lavadora o un detergente (cifras en un rango similar a las obtenidas por la consultora en el Reino Unido y superiores a las de Japón).

La creciente conciencia ecológica del consumidor favorece la implantación en las principales compañías chinas de sistemas de información sobre sostenibilidad transparentes y comparables, que permitan posicionar sus esfuerzos de forma objetiva frente a los de las empresas de los países desarrollados, transmitir de forma ágil los impactos de sus actividades a sus socios comerciales nacionales o extranjeros y atender a las crecientes demandas de información de los consumidores locales.

Con tal objetivo, podría resultar de la mayor utilidad la introducción progresiva de herramientas eficaces para el tratamiento y trasmisión digital de la información sobre sostenibilidad, que permitiera a las compañías chinas y demás usuarios conocer y comparar fácilmente los resultados obtenidos en la triple dimensión económica, ambiental y social.

En estos momentos, gracias a la taxonomía XBRL sobre Responsa-




bilidad Social Corporativa, elaborada por AECA (www.aeca.es), aprobada y publicada en 2009 por el consorcio XBRL International (www.xbrl.org), puede emplearse este potente estándar internacional para la divulgación digital de información, suficientemente contrastado en el ámbito del reporting financiero, como base de una política informativa de sostenibilidad rigurosa y fiable.


A través de un repositorio o base de datos creado al efecto los informes XBRL de responsabilidad social pueden ir registrándose y haciéndose públicos para su utilización por cualquier interesado, facilitándose al máximo el análisis comparativo de las compañías y

las organizaciones informantes. Un ejemplo de este tipo de repositorios es el creado por AECA (www.aeca.es/xbrl/informesxbrl_rsc.htm), el cual ofrece libre acceso al software de aplicación de la taxonomía.

En los próximos años, asistiremos a la eclosión definitiva de una conciencia ciudadana exigente con el comportamiento ambiental y social de las empresas y con su compromiso con la transparencia informativa. De ahí que en estos momentos sea de la mayor importancia apoyar la investigación y el desarrollo de instrumentos eficaces que puedan garantizar una transmisión completa y fiable de la información corporativa.Ⓞ



La **Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)** es la única institución profesional española emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados y de pronunciamientos y estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial. La misión de AECA es conseguir la mejora constante del nivel de competencia de los profesionales de la empresa, con el convencimiento de que un buen profesional garantiza el desarrollo de las organizaciones y el progreso de la sociedad.



JOSÉ LUIS LIZCANO, director gerente y coordinador de la Comisión de RSC
PABLO NIETO, investigador y analista (Shanghai, China)