

RAPORTAREA SOCIALĂ – UN NOU MODEL DE RAPORTARE NECESAR COMPANIILOR

Drd., lector univ., Veronica CERNAT

*Academia de Studii Economice a Moldovei,
str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 61, Republica Moldova, Chișinău,
Tel.: +373 22 402 736; web site: www.ase.md*

Abstract

The impact that companies have on society and on environment has grown with globalization. Thus, companies need to update their ways of doing business in the society because it is constantly evolving, and what was acceptable 20 years ago today is outdated. The company is no longer just an economic actor, it has become an actor also in the social sphere, and its involvement in its capacity of a citizen has become a must and a special priority. For businesses to make their sustainability strategies operational, a number of management tools such as stakeholder dialogues, community counseling, volunteering have been created. In addition, there are other methods at the level of enterprise that can increase sustainability, such as social reporting. The objective of this article is to highlight the importance and need for social reporting. The results of the research have highlighted the fact that many businesses around the world are beginning to pay greater importance to reporting on sustainable development.

Key words: *reporting, social reporting, integrated reporting, sustainable reporting, social responsibility, non-financial reporting, sustainable development.*

JEL CLASSIFICATION: M14, Q01, P47

Astăzi afacerile tind să-și schimbe opiniile și atitudinile referitor la mediul înconjurător și mediul social în care activează. Astfel răspunsul la întrebarea de ce există o afacere, nu se mai limitează numai la aspectele de categorie economică ci și la alte responsabilități. Prin urmare întreprinderile tind să fie mai responsabile și să respecte comunitățile în care activează.

Întreprinderile care astăzi au succes știu că pentru a rezista pe o piață tot mai competitivă, trebuie să își consolideze reputația și să obțină încrederea consumatorilor, care sunt tot mai documentați și mai influenți, prin atitudinea mai responsabilă a companiei și prezența ei în comunitate.

Tot mai multe întreprinderi indiferent de mărimea lor, respectiv companii mari sau întreprinderi mici și mijlocii, încep să conștientizeze faptul că pot contribui la dezvoltarea durabilă prin creșterea competitivității, asigurând totodată și protecția mediului și promovarea responsabilității sociale, inclusiv protecția intereselor consumatorilor.

Numărul firmelor care își evaluează, iar apoi se angajează să răspundă pentru impactul pe care activitățile desfășurate, de ele, de furnizori și de distribuitori lor, le au asupra mediului înconjurător este în creștere. Însă o organizație nu poate fi considerată responsabilă dacă omite să raporteze performanțele sale sociale, economice și de mediu. Companiile trebuie să elaboreze în mod sistematic și să difuzeze către stakeholderii săi informații relevante cu privire la impactul activităților sale asupra acestor trei sfere. De aceea mii de întreprinderi din întreaga lume au hotărât să își determine obiective de sustenabilitate și să publice anual în rapoarte de dezvoltare durabilă.

Raportarea socială este importantă pentru companiei aducând însemnate beneficii atât companiei cât și pentru întreaga companie, printre acestea pot fi evidențiate următoarele:

- reducerea costurilor ca urmare a încercării de a fi mai productiv în operațiuni și de a eficientiza procesele de producție;
- avantajul competitiv;
- prevenirea riscurilor;
- accesul stakeholderilor la informații credibile despre performanțele de sustenabilitate a companiilor;

- raportarea performanțelor de sustenabilitate atrag investitori care acordă atenție acestor performanțe. [5]

Raportarea socială reprezintă un instrument de comunicare destinat stakeholderilor interni și externi ai companiei, dar, totodată, este și un instrument de management, oferind companiei posibilitatea unei abordări sistematice a dezvoltării durabile, prin măsurarea progresului înregistrat și prin definirea strategiei și a obiectivelor ce trebuie îmbunătățite. [2]

Principalii factori care condiționează organizațiile să se implice în acest proces al raportării sociale sunt: presiunea din partea acționarilor și diferitor grupuri interesate, avantajul competitiv obținut și consolidarea imaginii corporative și a relațiilor publice.

La întocmirea rapoartelor sociale este necesar să se parcurgă două etape:

- la prima etapă are loc colectarea și prelucrarea datelor în vederea măsurării performanțelor sociale și ecologice, prin compararea lor cu anumiți indicatori specifici;
- la a doua etapă a procesului de raportare are loc evaluarea și verificarea informațiilor prezentate în raportul public al companiei.[2]

Raportul social poate lua următoarele forme:

1. Raport în formă liberă: pliante despre acțiunile de caritate ale companiei, sponsorizări în domeniul științei, culturii, sănătății etc;
2. Raport complex după metoda rezultatului triplu sau alte metode asemănătoare: indicatorii economici, sociali și de mediu se integrează în cadrul raportului anual al companiei și se aduce la cunoștință acționarilor și publicului larg;
3. Raport standardizat (AA1000, GRI etc.), conform acestui tip se folosește o abordare mai complexă, se deosebesc prin cerințe mult mai stricte față de procesul de colectare a informației, și includ:
 - ✓ existența unei strategii complexe de dezvoltare a companiei, ce cuprinde aspecte economice, sociale și de mediu;
 - ✓ întreținerea unui dialog permanent cu toate persoanele interesate, luarea în considerare a intereselor și cerințelor lor, precum și informarea lor permanentă despre rezultatele activității;
 - ✓ implicarea tuturor compartimentelor companiei, nu numai conducerii, în procesul de raportare socială.[1]

Pentru ca o raportare socială să fie eficientă și să ofere avantaje reale companiei, în elaborarea ei ar trebui să se parcurgă următorii pași:

1. Auditul de etică și conformitate

Auditul de etică și conformitate este efectuat de managementul organizațiilor, care poate observa care sunt posibilele riscuri și poate propune soluții pentru acestea. Însă ca această evaluare să fie independentă ea ar trebui să fie realizată de auditori externi. Strategia întreprinderii și rezultatul auditului de etică și conformitate pune la dispoziție indicatori ce trebuie de luat în calcul la realizarea raportului social.

2. „Stakeholder Analysis”

La această etapă are loc analiza stakeholderilor întreprinderii și impactul acestora asupra organizației.

3. Evaluarea dimensiunilor raportării sociale

La acest pas are loc determinarea perioadei de timp pentru care se face raportarea, stabilirea structurii pe baza căreia se va efectua analiza și identificare factorilor utilizați la acest proces.

4. Exercițiul de raportare

Acest pas este cel mai important din cadrul raportării sociale și constă din analiza indicatorilor anterior identificați, supravegherea lor pe o anumită perioadă, cooperarea cu stakeholderii pentru a preveni posibilele conflicte între interesele lor.

5. Comunicarea raportului final

La acest ultim pas are loc aprobarea raportului final de către managementul organizației, publicarea lui pe site-ul companiei. Raportul conține informații despre măsurile adoptate,

monitorizarea acestora și transpunerea viziunii organizației în acele măsuri. Apoi se reia procesul de raportare. [8]

Dacă până în anul 2017 raportarea socială era o raportare benevolă, atunci începând cu 1 ianuarie 2017 această raportare a devenit obligatorie, pentru țările membre UE, conform Directivei 2014/95/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2014.

Conform acestei Directive întreprinderile mari care sunt entități de interes public și care, la data bilanțului, depășesc criteriul de a avea un număr mediu de 500 de angajați în cursul exercițiului financiar includ în raportul de gestiune o declarație nefinanciară care conține, în măsura în care acestea sunt necesare pentru înțelegerea dezvoltării, performanței și poziției întreprinderii și a impactului activității sale, informații privind cel puțin aspectele de mediu, sociale și de personal, respectarea drepturilor omului și combaterea corupției și a dării de mită, inclusiv:

- a. o descriere succintă a modelului de afaceri al întreprinderii;
- b. o descriere a politicilor adoptate de întreprindere în legătură cu aceste aspecte, inclusiv a procedurilor de diligență necesare aplicate;
- c. rezultatele politicilor respective;
- d. principalele riscuri legate de aceste aspecte care decurg din operațiunile întreprinderii, inclusiv, atunci când este relevant și proporțional, relațiile sale de afaceri, produsele sau serviciile sale care ar putea avea un impact negativ asupra domeniilor respective și modul în care întreprinderea gestionează riscurile respective ;
- e. indicatori-cheie de performanță nefinanciară relevanți pentru activitatea specifică a întreprinderii;
- f. o descriere a politicii de diversitate aplicate în ceea ce privește organele administrative, de conducere și de supraveghere ale întreprinderii la aspecte cum ar fi, de exemplu, vârsta, genul, sau educația și experiența profesională, obiectivele acestei politici de diversitate, modul în care a fost pusă în aplicare și rezultatele în perioada de raportare. [3]

Noile prevederi definesc mai multe situații ce trebuie prezentate în raportul social :

- ✓ din perspectiva aspectelor de mediu, organizațiile trebuie să prezinte impactul actual și previzibil asupra mediului, produs de activitățile sale, de folosirea energiei regenerabile și neregenerabile, efectul emisiilor de gaze cu efect de seră, efectul asupra utilizării apei și asupra utilizării aerului atmosferic.
- ✓ din perspectiva aspectelor sociale și de personal, companiile trebuie să explice cum aplică convențiile fundamentale ale organizației internaționale a muncii, dialogul social, respectarea drepturilor lucrătorilor, dialogul cu comunitățile locale.
- ✓ din perspectiva drepturilor omului, a combaterii corupției și a dării de mită, societățile trebuie să prezinte politicile adoptate privind combaterea abuzurilor în materie de drepturile omului, instrumentele utilizate pentru combaterea corupției și a dării de mită.

Directiva 2014/95/UE nu prevede un anumit mod de raportare, organizațiile putând singure să aleagă din mai multe opțiuni de raportare. Astfel ele pot:

- ✓ alege una din metodele de raportare acceptate pe scară largă (GRI, AA1000 etc.) ;
- ✓ decide asupra unei soluții personalizate adaptată la nevoile lor și ale grupurilor personalizate;
- ✓ alege diferite combinații din modelele de raportare care să satisfacă și nevoile companiei și cerințele de raportare stipulate în Directivă.

În ultimii ani se poate observa că sustenabilitatea la nivel de întreprindere, responsabilitatea socială au căpătat o importanță în creștere existând numeroase lucrări și studii de caz ce demonstrează aceasta. Dezvoltarea durabilă a transformat radical modul de acțiune a companiilor. Ele încetează să fie interesate numai de profitul imediat, fiind obligate pentru a se dezvolta să acorde importanță în aceeași măsură aspectelor sociale și a celor legate de protecția mediului înconjurător.

CONCLUZIE

Rezultatele economice sunt direct influențate de performanțele sociale ale companiilor iar acest fapt se va accentua în anii care urmează. Diferența între companii va fi dată de imaginea pe care aceasta și-o creează în opinia publică, deoarece societatea este principalul său competitor. O companie care nu respectă mediul, comunitatea, angajații după care se ghidează celelalte companii și implicit societatea, își va pierde credibilitatea și implicit clienții și furnizorii.

La nivel mondial se conturează o tendință activă de creștere a nivelului de transparență prin publicarea rapoartelor sociale a informațiilor relevante privind integrarea aspectelor de dezvoltare durabilă la nivel de organizație.

BIBLIOGRAFIE

1. COVAȘ L., BRAGUȚA A. *Responsabilitatea socială corporativă: aspecte practice*. Chișinău: F.E.-P. Tipografia Centrală, 2009, 176 p. ISBN 978-9975-78-752-9
2. IAMANDI I. E. *Etica și responsabilitatea socială corporativă în afacerile internaționale*. București: ASE, 2012, 187 p.
3. Directiva 2014/95/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2014. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A32014L0095>
4. *Directiva UE despre raportarea de CSR a intrat în vigoare*. <http://www.responsabilitatesociala.ro/stiri-csr/directiva-ue-despre-raportarea-de-csr-a-intrat-in-vigoare.html>
5. *PwC: tendințe și recomandări privind raportarea de sustenabilitate a companiilor*. <http://www.responsabilitatesociala.ro/stiri-csr/pwc-tendinte-si-recomandari-privind-raportarea-de-sustenabilitate-a-companiilor.html>
6. *Raportarea de sustenabilitate – scop sau instrument?* <http://www.invisiblenature.ro/sustainable-business/raportarea-de-sustenabilitate-scop-sau-instrument/>
7. *Raportarea non-financiară în România. Ce raportăm, de ce, și mai ales, cum?* <http://arcromania.ro/content/index.php/programe/pe-ntru-companii/articole-si-studii-de-caz/366-raportarea-non-financiara-2>
8. *Raportarea socială – un instrument indispensabil pentru companii* <http://www.ccea.ro/raportarea-sociala-un-instrument-indispensabil-pentru-companii/>