



INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CONTADOR PÚBLICO

PROYECTO DE GRADO
“EL BALANCE SOCIAL Y SU IMPORTANCIA, COMO
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA AUDITORÍA
SOCIAL”

ALUMNAS: Aruani, María Valeria

Dutari, Inés María

Yamauchi, María Belén

TUTOR: Cra. Flores, Carolina L.

Córdoba, Octubre 2016



ÍNDICE

ÍNDICE	2
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
TÍTULO.....	7
HOJA DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO FINAL.....	8
RESUMEN	9
GLOSARIO DE PALABRAS	10
INTRODUCCIÓN	13
CAPITULO Nº 1:“EL BALANCE SOCIAL”:	
INTRODUCCIÓN	15
1. BALANCE SOCIAL	15
1.1 ¿QUÉ ES EL BALANCE SOCIAL?	15
1.1.1. <i>PRINCIPIOS PARA DEFINIRLO</i>	17
1.1.2. <i>LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DEL BALANCE SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN</i>	19
2. OBJETIVOS QUE PERMITE CUMPLIR EL BALANCE SOCIAL	20
2.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE SU APLICACIÓN.....	20
2.1.1. <i>VENTAJAS</i>	20
2.1.2. <i>DESVENTAJAS</i>	20
3. REQUERIMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL.....	21
3.1. ESTRUCTURACIÓN DE UNA POLÍTICA SOCIAL	21
4. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL	22
4.1. APLICACIÓN DE LA NORMAS CONTABLES RT N°36	25
4.1.1. <i>ESTRUCTURA DEL BALANCE SOCIAL</i>	25
4.1.1.1. <i>MEMORIA DE SUSTENTABILIDAD</i>	25
4.1.1.2. <i>ESTADO DE VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO</i>	25
5. MODELOS UTILIZADOS A NIVEL INTERNACIONAL	26
6. ANTECEDENTES DE BALANCE SOCIAL EN ARGENTINA Y EL MUNDO	27
7. TRASCENDENCIA DE IMPLEMENTAR EL BALANCE SOCIAL.....	29
CAPÍTULO Nº 2:“RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y BALANCE SOCIAL”:	
INTRODUCCIÓN	32
1.¿CUÁNDO SURGE EL CONCEPTO DE RSE Y CÓMO HA EVOLUCIONADO A TRAVÉS DEL TIEMPO?	32
1.1 ¿QUÉ SIGNIFICA RSE?	34



1.2. LA RSE SEGÚN DIFERENTES AUTORES Y LÍNEAS DE PENSAMIENTO	34
2. PRÁCTICA EMPRESARIAL Y RSE.....	35
2.1 ¿EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES O EMPRESAS RESPONSABLES?	36
2.2 EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES: SER O PARECER.....	37
2.3 BENEFICIOS DE DESARROLLAR ACCIONES EN MATERIA DE RSE	37
3.DESARROLLO SOSTENIBLE	39
4.RSE EN ARGENTINA.....	40
4.1.RSE EN CÓRDOBA.....	41
5.¿CORRESPONDE REGULAR LA RSE? ¿CUÁL ES LA LEGISLACIÓN VIGENTE EN ARGENTINA?	41
6.EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE LA RSE	41
7.CONSIDERACIONES FINALES	43
CAPÍTULO N° 3:“LA AUDITORÍA Y LOS INFORMES SOCIALES”:	
INTRODUCCIÓN	45
1.AUDITORÍA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS, CLASIFICACIONES Y FUNCIONES	45
1.1CONCEPTO DE AUDITORÍA:	46
1.2.CARACTERÍSTICAS:.....	46
1.3. OBJETIVOS DEL AUDITOR.....	47
1.3.1.OBJETIVO GENERAL.....	47
1.3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	48
1.4.CLASIFICACIONES:	48
1.5.FUNCIONES:.....	49
2.AUDITORÍA SOCIAL.....	49
3.NECESIDAD E IMPORTANCIA DEL INFORME EXTERNO	50
4.EL ROL DEL CONTADOR PÚBLICO.....	53
5.NECESIDAD DE NORMAS ESPECÍFICAS PARA AUDITAR UN BALANCE SOCIAL.....	54
6.PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA, VERIFICACIÓN EXTERNA DEL BALANCE SOCIAL	54
7.REFLEXIÓN FINAL	55
CAPÍTULO N° 4:“ÉTICA Y MORAL, NORMAS Y CONDUCTAS EN LA ÉTICA EMPRESARIAL”:	
INTRODUCCIÓN	57
1.¿QUÉ ES ÉTICA? ¿QUÉ ES MORAL? Y SUS DIFERENCIAS.....	57
1.1.¿QUÉ ES ÉTICA? ¿QUÉ ES MORAL?	57
1.2.LAS DIFERENCIAS ENTRE ÉTICA Y MORAL	58
2.CÓDIGOS ÉTICOS Y NORMAS MORALES	59
2.1.LOS CÓDIGOS ÉTICOS.....	59



2.1.1. CÓDIGOS DE ÉTICAS IMPLEMENTADAS EN LAS DISTINTAS ÁREAS	63
2.2. LAS NORMAS MORALES.....	65
3. ÉTICA EMPRESARIAL: SU CONTRIBUCIÓN A LA COMPRESIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	67
4. BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DE RSE CON ÉTICA.....	68
5. ORGANIZACIÓN ÉTICA: COMPONENTES DE UNA EMPRESA ÉTICA	70
6. ¿QUÉ APORTA LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA ELABORACIÓN DE BALANCES SOCIALES?	71
7. REFLEXIÓN FINAL	72
CAPÍTULO N° 5:“LA CONTABILIDAD SOCIAL: MODELOS, INDICADORES Y RESOLUCIÓN TÉCNICA”:	
INTRODUCCIÓN	74
1.LA CONTABILIDAD SOCIAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y RESOLUCIÓN TÉCNICA	74
1.1 CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS	74
1.2 OBJETIVOS	75
1.3. RESOLUCIÓN TÉCNICA 36 Y 44 (VER ANEXO VI Y VII).....	75
2.LA CONTABILIDAD SOCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES	75
3.TEORÍAS Y ENFOQUES DE LA CONTABILIDAD SOCIAL.....	76
4.ELEMENTOS E IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD SOCIAL	78
5.MODELOS E INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	79
5.1. MODELOS	79
5.2. INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	80
6.RELACIÓN DE LA CONTABILIDAD SOCIAL CON LA RSE.	83
7. CONCLUSIÓN	83
CONCLUSIÓN GENERAL.....	85
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXO I.....	90
ANEXO II.....	104
ANEXO III.....	107
ANEXO IV	110
ANEXO V: RESOLUCIÓN TECNICA N°36.....	113
ANEXO VI: RESOLUCION TECNICAN°44.....	124



DEDICATORIA

“Dedicamos este trabajo como culminación de este trayecto recorrido a nuestras familias, grandes amigos, quienes nos brindaron su incondicional apoyo, contención y aliento para llegar hasta esta etapa de nuestra vida, con la que con perseverancia y amor a nuestra futura carrera y vida profesional, nos acompañaron y compartieron nuestras etapas del cursado de la carrera.”

Valeria, Inés y Belén.



AGRADECIMIENTOS

“A nuestras familias, que con su incondicional apoyo y paciencia, hoy llegamos a esta instancia, de tantos años de carrera. A Profesores y Directivos de este Instituto, que nos guiaron y enseñaron a valorar y a creer en nosotras como futuras profesionales de la carrera de Contador Público, y de todos los conocimientos brindados y adquiridos, en los cuales pudimos aplicar en el desarrollo de este Trabajo Final de Grado.”

Muchas Gracias!!!



**“EL BALANCE SOCIAL Y SU IMPORTANCIA,
COMO INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA AUDITORÍA
SOCIAL”**



APÉNDICE VI



INSTITUTO
UNIVERSITARIO
AERONAUTICO

FECHA:/...../.....

FACULTAD:

DEPARTAMENTO:

INFORME DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO /
TRABAJO FINAL DE PREGRADO

Título del Trabajo:.....
.....
.....

- El trabajo debe aceptarse en su forma actual sin modificaciones.
- El trabajo debe aceptarse pero el/los autor/es deberá/n considerar las correcciones opcionales sugeridas.
- Rechazar.

Observaciones:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Presidente Mesa
Firma

2° Integrante Mesa
Firma

3° Integrante Mesa
Firma

Horarios disponibles para el examen:
.....
.....



RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es resaltar la relevancia de la elaboración e implementación del Balance Social como instrumento que permite planear, organizar, registrar y controlar las metas de una empresa en la gestión social, además de evaluar cuantitativa y cualitativamente los impactos que su accionar provoca.

Se expone su fundamentación con la descripción de los conceptos de Responsabilidad Social, ética, auditoría y contabilidad social, todos vinculados al Balance Social.

Y se concluye que, la presentación de la responsabilidad social de la empresa a través de los Balances Sociales, muestra en el mundo una gran diversidad, tanto en su forma como en su contenido de acuerdo al método con que se procesa y elabora la información social. En Latinoamérica, es limitado su desarrollo. Asimismo, es importante destacar que la creciente interrelación de los diversos grupos, impone mayor transparencia de parte de las empresas, por ello, es de esperar que la sociedad exija un mayor nivel de detalle respecto de las políticas sociales.



GLOSARIO DE PALABRAS

ESTADOS (BALANCES) CONTABLES: También denominados **INFORMES FINANCIEROS**, los utilizan las entidades, para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimentan en un período determinado.

ORGANIZACIONES: Son estructuras administrativas, integradas por un grupo de personas, para lograr metas u objetivos.

GESTIÓN EMPRESARIAL: Es la actividad empresarial que busca a través de personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas.

PATRIMONIO: Es el conjunto de bienes, obligaciones y derechos que posee una persona, es uno de los componentes del Balance Contable.

SITUACIÓN PATRIMONIAL: Es la composición del Patrimonio de la organización en un momento o período determinado, al cierre del ejercicio económico de la entidad.

ACTIVOS SOCIALES: Son los bienes adquiridos por la organización que permiten dar cumplimiento a la Responsabilidad Social.

PASIVOS SOCIALES: Son las deudas u obligaciones contraídas con la comunidad.

ÁMBITO EXTERNO: Es el contexto externo, que contiene las condiciones locales (nacionales e internacionales), que se interrelacionan con una entidad.

ÁMBITO INTERNO: Es el contexto interno u organizacional, se refiere a las condiciones dentro de la misma entidad.

USUARIOS EXTERNOS: Son Inversionistas presentes (accionistas), Inversión potenciales, Acreedores, Proveedores y otros acreedores comerciales, clientes, empleados, etc.

USUARIOS INTERNOS: Son los Propietarios o Dueños, Socios y Accionistas.

ONG: Organizaciones No Gubernamentales.

ISO: Organización Internacional de Normalización (International Organization for Standardization)

OIT: Organización Internacional del Trabajo, es un organismo de las Naciones Unidas.



POLÍTICA SOCIAL: Abarca un conjunto de leyes, instituciones y acciones respecto a la visión y metas que el gobierno y la población, han fijado sobre el bienestar social buscado.

COSTOS Y BENEFICIOS: Es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados con el menor esfuerzo invertido.

ESTADOS FINANCIEROS: Ídem ESTADOS CONTABLES.

RESOLUCIÓN TÉCNICA: Son Normas Contables Profesionales.

ORGANISMOS FISCALIZADORES: Son Entidades que administran los tributos internos, también facilita y fiscaliza el cumplimiento tributario.

PRESUPUESTO: Se llama al cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica.

TOMA DE DECISIONES: La Toma de Decisión empresarial, es el proceso en el cual se evalúan riesgos, se analizan oportunidades y se priorizan alternativas, con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

RECURSOS HUMANOS: En la administración, se lo considera al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización.

CLIMA ORGANIZACIONAL: Es el ambiente generado por las percepciones colectivas e individuales de los miembros de un grupo u organización.

GOBIERNO CORPORATIVO: Se refiere al conjunto de principios y normas, que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de **gobierno** de una empresa.

TEORÍAS ECONÓMICAS: Se la entiende, como a cada una de las hipótesis o modelos que pretenden explicar aspectos de la realidad económica.

INFORMACIÓN FINANCIERA: Ídem ESTADOS CONTABLES.

CONTADOR PÚBLICO INDEPENDIENTE: Es el profesional de la Contabilidad que brinda un servicio de manera autónoma, sin depender de la entidad a la cual en un determinado momento realiza o presta un servicio.



NIVEL OPERATIVO: Corresponde a la asignación de tareas puntuales, que debe realizar cada colaborador de la organización en las distintas áreas de la misma.

VALOR INTANGIBLE: Es aquel valor, cuya forma de controlar y medir, no es fácil de contabilizar o de medir su valor.



INTRODUCCIÓN

El concepto de Balance Social está íntimamente vinculado al de Responsabilidad Social, ya que el primero, como herramienta de difusión del compromiso de las empresas con los diversos grupos de interés, lleva adelante la estimación de la gestión social. Su aplicación generará mayor desempeño, lo cual repercutirá en más rentabilidad.

En la actualidad, las empresas se ven obligadas a mostrar mayor transparencia y credibilidad. Es así que el Balance Social se presenta como un instrumento de suma utilidad para revelar los logros sociales y medioambientales.

Que la Responsabilidad Social se cumpla, es producto del convencimiento que tenga la empresa de la manera en que su accionar afecta a los distintos sectores y en comprender que ella misma se enriquece con la acción de los hombres y de la comunidad.

Para ello será necesario que las empresas, definan su cultura a partir de un código de ética, elaboren sus objetivos económicos, sociales y medioambientales, intenten su obtención y creen canales de comunicación con los distintos grupos de interés.



CAPITULO Nº 1:

“EL BALANCE SOCIAL”



INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente se concebía al Balance solo en su faz **contable**, proporcionando información para la toma de decisiones financieras y reflejando la situación de la empresa. Pero existe otro matiz en el balance: **lo social**. Con la globalización no es posible eludir las responsabilidades que debe asumir una empresa para con sus grupos de interés, y una de las más relevantes es la social.

Las organizaciones deben responder por la consecuencia de sus acciones. Así como reflejan mediante los Estados contables tradicionales su patrimonio, asimismo deben informar sobre la consecuencia de sus acciones sociales a través de Balances sociales.

Es Balance social el tema que pretendemos abordar, con el propósito de definirlo, conceptualizarlo y darlo a conocer. Para ello buscamos responder a preguntas como: ¿qué es Balance social y cuáles son los principios para definirlo?, ¿cuál es la importancia de elaborar un Balance social?, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de su aplicación?, ¿qué requerimientos y metodología necesita para su elaboración e implementación?, ¿cuáles son los antecedentes de Balance social en el mundo?, ¿qué modelos son utilizados a nivel internacional?

1. BALANCE SOCIAL

1.1. ¿QUÉ ES EL BALANCE SOCIAL?

En el mundo entero "lo social" está tomando un lugar muy importante y una fuerza creciente. Reconocer el valor, dentro de cada organización, de los recursos humanos y la relación de la empresa con la sociedad donde se encuentra sumergida, nos da una idea determinante del éxito que tendrá.

Para definir Balance Social (BS) hay que saber y tener presente que en estos últimos treinta años esta expresión ha ido ganando espacio y se la ha definido de varias formas dependiendo los diferentes autores y organizaciones. Se



expondrán solo algunas definiciones de distintos autores y se planteará la definición que adoptaremos para la presente investigación.

Para el Dr. Santiago García Echeverría, "... el Balance Social es el instrumento contable que sirve para el cierre de cuentas de la contabilidad social de la empresa.

Los componentes de este balance son:

Balance Patrimonial, que recoge las "obligaciones" y es "exigible" frente a los distintos grupos sociales.

Balance de resultados, que representaría los "costos y utilidades sociales" de un periodo..."

El Dr. William Chapman sostiene al respecto "... que no se trata de un balance o estado de situación a una fecha dada y prefiere denominarlo estado de responsabilidad social. En él se expone el costo-beneficio social de la actividad del ente y el resultado periódico (comúnmente anual) de aquella relación, y que será una utilidad o una des-utilidad social neta. "

Desde otra visión lo encara Hernando Campos Menéndez, sostiene que "... el Balance Social consiste básicamente en reunir y sistematizar la información del área social, en un documento público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento básico del Balance Social, que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información, lo más amplio, preciso y objetivo posible constituye un balance social."

Según la OIT, el Balance Social "...es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas".

Para este trabajo de investigación decimos que Balance Social ... " Es una herramienta que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento



de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en su ámbito, tanto interno como externo, durante un periodo determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con los fines de diagnosticar el clima laboral y social y poder planear su política social en relación a los diversos sectores con los cual la empresa se relaciona".

1.1.1. PRINCIPIOS PARA DEFINIRLO

Existen cuatro principios para definir el contenido del Balance Social:

- ✓ **Materialidad:** Está relacionada con la importancia o relevancia relativa de los temas a incluir en el Balance Social. Se deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia significativa en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

- ✓ **Participación de los grupos de interés:** también llamados stakeholders, implica documentar los procesos de diálogo con los diferentes grupos de interés que posee la organización, ya sean accionistas, proveedores, empleados, clientes u otros, la inclusión de estos en el balance social contribuye a la transparencia y credibilidad del informe.

- ✓ **Contexto de sostenibilidad:** toda la información sobre cómo se desempeña la empresa debe estar situada en un contexto. No solo importa comunicar datos sino ver como contribuye la organización o pretende hacerlo en un futuro, ya sea como mejora o deterioro en las condiciones económicas, sociales o ambientales tanto a nivel local, regional o global.

- ✓ **Exhaustividad:** mide tanto el alcance como la cobertura (conjunto de entidades en las que la empresa ejerce control o influencia significativa). También exhaustividad hace referencia al tiempo, esta debe sostenerse



durante todo el periodo que cubre el informe (no hay un tiempo determinado, pero si debe ser de forma periódica).

Algunas **características distintivas** del Balance Social que se confecciona en la actualidad son:

- ✓ Expresan los principios y valores a los que está sujeta cada organización.
- ✓ Muestran una tendencia creciente en el compromiso con el medio ambiente y en el uso eficiente y controlado de los recursos naturales.
- ✓ Las situaciones negativas son prácticamente nulas.
- ✓ Es de gran importancia la comparación de lo realizado en el mismo ítem con respecto al año anterior.
- ✓ Sobresale del balance la parte narrativa, aún en los aspectos que pueden ser cuantificables.

El acceso al Balance Social de los **usuarios externos** permite:

- ✓ Conocer características y aspectos del grupo humano que compone la organización, y la evolución de diferentes ítems a lo largo del tiempo como ser; nacionalidad y edad de los trabajadores, horas trabajadas, remuneraciones, etc.
- ✓ Descubrir el concepto que tienen de la institución quienes se relacionan externamente con ella, como también la imagen del producto, su nivel de cumplimiento, su ubicación en la comunidad, etc.
- ✓ Averiguar qué programas tiene la institución para colaborar con la sociedad en distintas áreas.
- ✓ Saber si el Balance Social ha sido auditado por alguien competente o confeccionado bajo alguna norma.
- ✓ Conocer los principios bajo los cuales se rige la institución con respecto a la protección del medio ambiente.



En cuanto a las posibilidades de información que tendrán los **usuarios internos** mediante este documento, son:

- ✓ Se esclarece la política social adoptada por la institución a la que pertenecen.
- ✓ Se conocen los planes y criterios futuros de la empresa que pueden o no, afectar su relación laboral.
- ✓ Se sabrá la opinión que terceros ajenos a la empresa tienen de esta, de sus productos y de la actuación en el ámbito social.
- ✓ Podrán distinguir el costo que tiene el cuidado del ambiente y los programas destinados a su mejoramiento.
- ✓ Podrán averiguar lo que la empresa a la cual pertenecen, realiza por la comunidad así como también el detalle de lo gastado.
- ✓ Saber cómo se componen los gastos en personal tanto de los efectivos como de los contratados y los que se encuentren bajo otra modalidad diferente.

1.1.2. LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DEL BALANCE SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN

Una publicación al menos anual del Balance Social, es fundamental para la organización porque:

- ✓ La elaboración del balance obliga a formar grupos de discusión e investigar diferentes opiniones, para evaluar cómo ven los clientes, proveedores, accionistas y la comunidad en general a la empresa, su postura y sus productos.
- ✓ Diferencia la imagen de la organización de las demás del mercado, frente al gobierno, sus clientes y financistas.
- ✓ El proceso de realización del balance nos da también un diagnóstico de cómo está el negocio, pueden identificarse posibles situaciones de riesgo y verificar su capacidad de reacción.



- ✓ Permite comparar su desempeño y relaciones con otras empresas.
- ✓ La organización tiene la oportunidad de mostrar como llevará a cabo su compromiso con la sociedad y con los recursos ambientales, generando un clima de confianza con su entorno.
- ✓ Es una herramienta que dará a la empresa una visión global de su gestión.
- ✓ Servirá como punto de partida para la gestión del año próximo, es una forma de establecer los objetivos y valores de la empresa en el presente y que servirán para el futuro.

2. OBJETIVOS QUE PERMITE CUMPLIR EL BALANCE SOCIAL

2.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE SU APLICACIÓN

2.1.1. VENTAJAS

- ✓ Permite a la gerencia planificar las acciones para el aumento de la productividad y la eficiencia de los trabajadores y efectuar el correspondiente seguimiento de los resultados.
- ✓ Disponer de información relativa a los recursos humanos de la empresa y su relación con la comunidad con quien se vincula, para poder informar a la opinión pública sobre su desempeño social.
- ✓ Realizar un diagnóstico de la gestión en relación al cumplimiento de la responsabilidad social en un periodo determinado.
- ✓ Permitir a la empresa actualizar políticas y programas relacionados a su responsabilidad social, ya que es un instrumento para medir y controlar los costos y beneficios derivados de sus acciones.
- ✓ Revelar información que no contienen los estados contables o los contiene como información accesorio, puede resultar altamente positivo para la imagen de una empresa frente a la comunidad.

2.1.2. DESVENTAJAS

- ✓ Resistencia de los empresarios a implementarlo, ya que se muestra cierta información que no desearían sea expuesta y publicada a la sociedad.



- ✓ En el caso que los datos no sean convenientes para la entidad, que puedan ser manipulados, y ser protegidos de eventuales resultados no favorables (negativos) que afecten al valor económico-financiero.
- ✓ Escasa frecuencia de que los Balances Sociales sean auditados por los correspondientes organismos fiscalizadores.
- ✓ Su realización e implementación implica un elevado costo económico y mayor demanda en inversión de Recursos Humanos.
- ✓ Muchos empresarios no consideran de alta importancia la utilidad del Balance Social en la toma de decisiones.
- ✓ No existe una Ley que imponga la obligatoriedad de su presentación.

3. REQUERIMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL

Para la implementación del Balance Social en una Empresa, es necesario establecer ciertas condiciones, que contribuyan a su realización bajo la concepción amplia de la sustentabilidad en un proceso continuo de gestión.

3.1. ESTRUCTURACIÓN DE UNA POLÍTICA SOCIAL

La denominada Responsabilidad Social Empresaria (RSE) o también llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, para lo cual deben implementarse Políticas Sociales tanto internas como externas, cuyo objetivo es mejorar la situación competitiva y valorativa y su valor agregado.

El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la empresa, es conocido como el "Triple resultado". Es un término de negocios sustentables que hace referencia al desempeño de una empresa expresada en tres dimensiones: económica, ambiental y social.



Este concepto de RSE nace junto a la noción de empresa moderna y hace referencia a una nueva manera de hacer negocios, donde las empresas intentan encontrar un estado de equilibrio, entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo y el impacto social o ambiental de sus actividades.

Por ello, en todo Balance Social que emita una empresa, deben tomarse decisiones iniciales ineludibles para su elaboración.

La Responsabilidad Social de una Empresa, depende de la respuesta aceptada libremente, frente a las expectativas de los sectores con los cuales se desenvuelve, y la perspectiva de un desarrollo integral. Por lo tanto, de esta convicción asumida espontáneamente, surgirá una Política Social Empresaria sentida, aceptada y aplicada voluntariamente.

Es el Balance Social, el instrumento que debe exponer, medir y divulgar de manera precisa y clara, los resultados de aplicar la Política Social de la empresa y luego evaluar el cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresaria.

4. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL

Uno de los objetivos de la preparación del Balance Social es demostrar la contribución que realiza o pretende a futuro la empresa, en la mejora de tendencias, avances y condiciones económicas, sociales y ambientales en todos los niveles.

En la tarea de elaboración del Balance Social, se debe asociar la idea de "proceso", la cual es la culminación de una etapa de conversión de la empresa hacia prácticas de RSE.

Por lo tanto el Balance Social debe tratar de presentar el desempeño, con base en concepciones más amplias de sustentabilidad, lo cual incluye analizar el desempeño de la empresa en el contexto de los límites y exigencias impuestas



sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local, regional o mundial, el uso de recursos y niveles de contaminación.

Se pueden encontrar diversos modelos metodológicos para elaborar el Balance Social, como O.I.T., Eurostat, Ethos-IARSE, GRI, etc. La Norma Contable Profesional- RT N° 36, de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE), sigue la tendencia hacia la aceptación del trabajo que viene desarrollando el Global Reporting Initiative (GRI), en el marco o modelo de Elaboración de Memorias de Sustentabilidad, internacionalmente más reconocido.

La Guía GRI, nació como una iniciativa internacional conjunta apoyada desde las Naciones Unidas, la cual se define como "una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un diverso conjunto de partes interesadas, con la misión de desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que voluntariamente quieran emitir informes sobre la sustentabilidad, en cuanto a dimensiones económicas, sociales y ambientales de actividades, productos y servicios".

La Guía GRI parte de la visión estratégica, que tiene como base la importancia de la presentación de este informe, que debe ser periódico, creíble y consistente, elaborada bajo un "lenguaje común" y "coordenadas comunes", que contribuyan a afrontar a los retos de la sustentabilidad de las sociedades.

Su objetivo es desarrollar y perfeccionar un modelo de reporte sustentable, aplicable a todo tipo de entes y también certificable. Por su aceptación generalizada, se afirma que esta guía es el "estándar" para confeccionar Balances Sociales a nivel internacional. Ha contado con la colaboración de una amplia red de expertos, entre los que se incluyen organizaciones empresariales, de trabajadores, ONGs, inversores y auditores, entre otros.



La Guía, contempla tres dimensiones; la económica, la social y la ambiental, y además identifica las distintas categorías que comprende cada una, así como también los indicadores cualitativos y cuantitativos, que muestran la evolución de los resultados.

La estructura de la Guía parte de los principios de transparencia, inclusión y verificación; que son determinantes para definir las características que debe contener la información: completa, relevante y situada en un contexto de sustentabilidad.

La calidad y veracidad de la información, se deben garantizar por su objetividad, precisión y comparabilidad.

Y además deben contemplarse aspectos como la accesibilidad a la información, teniendo en cuenta la claridad ante la presentación de los datos.

Los requisitos para incluir información de calidad en el Balance Social, definidos en el marco GRI, para la buena toma de decisiones y un desempeño razonable, son: Equilibrio, Comparabilidad, Precisión, Periodicidad, Claridad y Fiabilidad.

Para garantizar una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la empresa, se debe determinar detalladamente el contenido del informe. El mismo, debe hacerse teniendo en cuenta la experiencia y el objetivo de la entidad, como los intereses de los grupos que pueden ser influidos o influir de manera significativa (grupos de interés o stakeholders). Estos puntos son importantes a la hora de definir qué debe incluirse en el informe.

Debe estar incluida en el Balance, la matriz de los niveles de aplicación del GRI, para mostrar qué nivel ha sido declarado y quién ha hecho la evaluación. Existen tres niveles de aplicación que permiten cumplir con las necesidades de



las entidades informantes, reciben estos tres niveles, las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles, ponen de manifiesto una cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI, y están ordenados desde menor a mayor aplicación.

4.1. APLICACIÓN DE LA NORMAS CONTABLES RT N°36

En la preparación del Balance Social, se aplican las normas contenidas en la RT N° 36 de FACPCE, según la entidad haya optado por la elaboración para ser presentado a terceros, a todo tipo de ente, ya sea Público, Privado o Mixto, con o sin ánimo de lucro.

4.1.1. ESTRUCTURA DEL BALANCE SOCIAL

El Balance Social incluye, la Memoria de Sustentabilidad y el modelo del Estado de Valor Económico generado y distribuido (EVEGyD).

4.1.1.1. MEMORIA DE SUSTENTABILIDAD

Para elaborar la Memoria de Sustentabilidad se seguirán las pautas y principios establecidos en la Guía para la confección de Memorias de Sustentabilidad elaborada por el GRI, modelo adoptado por la resolución técnica de referencia (RT N°36).

Para una mejor visualización en cuanto a la evolución de los indicadores, se presentarán de manera comparativa con uno o más ejercicios anteriores, exceptuando en la primera elaboración del Balance Social.

4.1.1.2. ESTADO DE VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO (EVEGyD)

El Valor económico generado es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en forma general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio.



El valor económico generado se diferencia del beneficio empresario, ya que el primero se refiere a la retribución de todos los grupos sociales que intervienen en los procesos inherentes a las actividades del ente, mientras que el beneficio empresario se refiere a la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado.

5. MODELOS UTILIZADOS A NIVEL INTERNACIONAL

La elaboración de balances sociales en el mundo demuestra una tendencia hacia la uniformidad. Esto permite que los contenidos e indicadores a ser utilizados estén vinculados. De esta manera se garantiza la confiabilidad y comprensión de la información, además de permitir las comparaciones.

Los modelos existentes a nivel mundial son:

- ✓ Global Reporting Initiative (GRI): El GRI fue fundado en los EE.UU. en 1997 por CERES y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA o UNEP en inglés), originalmente tuvo su sede en Boston, Massachusetts. En 2002, el GRI trasladó su sede central a Ámsterdam, donde se encuentra actualmente la Secretaría. El GRI también tiene "Puntos Focales Regionales" en Australia, Brasil, China, India y los EE.UU.
- ✓ AA 1000: Fue introducida en 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability, con el objetivo de ayudar a las empresas a comprender y mejorar su desempeño ético y social, describiendo la forma de identificar temas claves y posteriormente reportarlos para ser auditados.

...“Somos una firma de reflexión y asesoramiento que se centra en la integración de la sostenibilidad, en el pensamiento y la práctica de la organización. Al proporcionar soluciones innovadoras y prácticas, ayudamos



a nuestros clientes a mejorar su rendimiento empresarial, crear valor y construir una ventaja competitiva sostenible. Nuestros estándares ampliamente utilizados, líder en investigación y servicios de asesoría, ayudan a las organizaciones estratégicas a volverse más responsables y sostenibles". (www.accountability.org)

- ✓ Ibase: Desde 1997, el sociólogo Heber de Souza del Ibase/Betinho (Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos) captó la atención de los empresarios brasileiros sobre la importancia y necesidad de transformar el balance social de las empresas en un modelo único y simple. En él predominan los datos que puedan ser expresados en valores financieros o en forma cuantitativa. (www.ibas.org.br y/o www.balancosocial.org.br)

- ✓ CSR Europe Matriz: permite a las empresas reportar y comunicar. La propuesta de la organización CSR Europe, reúne a las empresas europeas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en la región. Esta matriz es un instrumento eficaz, a través de la cual las empresas dan a conocer sus operaciones, principios y evolución. (www.csreurope.org/matrix)

6. ANTECEDENTES DE BALANCE SOCIAL EN ARGENTINA Y EL MUNDO

Es en la década del sesenta que nace en Estados Unidos la intención de establecer un Balance Social, similar al balance económico de las empresas, con la finalidad de mejorar la imagen de las instituciones.

En Europa, durante la década del setenta, tanto en el ámbito empresarial como académico, continuaron preparándose sistemas de información social más complicados, especialmente en Alemania, España, Francia, Holanda e Inglaterra.



La primera definición legal de Balance Social se dio en Francia en 1977 (obligatorio para empresas que ocupaban una cierta cantidad de personas). Herramienta de información global retrospectiva, que utilizaba determinados indicadores relacionados básicamente al ambiente social interno.

Según Dante Cracogna, en "El Balance Social de la Empresa", En Francia ha prevalecido la concepción del balance social referido exclusivamente a la situación de los trabajadores, al punto que la ley 12 de 1977, y a partir de 1978, impuso el balance social, con carácter obligatorio, a las empresas con más de 750 trabajadores. Ello evidencia como preocupación del legislador la referida a las empresas con gran número de trabajadores. Un paso más avanzado se dará desde 1981, en el que el balance social será obligatorio para todas las empresas con más de 300 empleados.

Con el paso del tiempo, los Balances Sociales fueron evolucionando. A los indicadores utilizados en el ámbito interno se agregaron los que reflejan una mayor preocupación por evaluar la gestión de la organización en relación con la demanda de los sectores afectados por sus acciones en el ámbito externo. Su implementación permite cumplir con los objetivos de: información, planeamiento, transparencia, gestión y acuerdo. Su utilización contribuye a la diligencia empresarial, facilitando el registro, evaluación y control –con el fin de mejorar progresivamente- el desempeño social de la organización.

Por otra parte, en las décadas del 60 y 70, las normas sobre Balance Social tuvieron la característica de ser reactivas, se centraron en prohibiciones y obligaciones. Hoy, en cambio, se sugiere un tipo de norma reflexiva, que estimula a las empresas a ser proactivas y a reflexionar sobre sus prácticas.

A partir de los años ochenta surgieron, por parte de diversas organizaciones empresariales y no gubernamentales, numerosas propuestas de modelos de Balance Social.



El tema del Balance Social en algunos países de la región, llegó en forma paralela al resto del mundo, a pesar de no haber tenido una profundización en su desarrollo ni en el fomento de su implementación. A nivel regional, fue en Chile y Brasil donde se comenzó a hablar de los primeros modelos.

En los últimos años, varias empresas nacionales e internacionales, han comenzado a elaborar y hacer públicos sus balances sociales y medioambientales.

La información Socio-ambiental en nuestro país se halla contemplada en las siguientes Leyes Nacionales:

- **Ley N° 25.877** sancionada y promulgada en marzo de 2004, deroga a la Ley N° 25.250 y sus decretos reglamentarios.

- **Ley N° 2.594**, promulgada en 2008 fija un marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental (BRSA).

7. TRASCENDENCIA DE IMPLEMENTAR EL BALANCE SOCIAL

Por todo lo expresado, el Balance Social es un documento de gran trascendencia para la empresa y su entorno. La información que proporciona, permite una comunicación clara, honesta y efectiva de la empresa tanto a nivel interno, como externo.

Si bien en nuestro país su aplicación es incipiente aún, es importante que las gerencias de las empresas, comiencen a considerarlo como un instrumento técnico indispensable, porque los empresarios necesitan conocer la totalidad de lo que manejan y no una limitada visión económica.

A medida que profundizamos en la realización del Balance Social, se obtienen beneficios; no sólo como otra forma de análisis de los resultados de la gestión, sino como una herramienta que nos permite mejorar la calidad de la misma.



Consideramos que la Responsabilidad Social es el punto de inicio del Balance Social como parámetro de medición, tanto interno como externo.

La responsabilidad social de la empresa debe entenderse como la respuesta que ésta asume libremente frente a las expectativas de los sectores con que se relaciona, en la perspectiva de un desarrollo integral. Para cumplir con dichos objetivos requiere de un instrumento de evaluación y medición, es entonces donde surge el Balance Social, como herramienta de gestión que sirve para registrar e interpretar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de una empresa en un período determinado.



CAPÍTULO N° 2:

“Relación entre RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA y BALANCE SOCIAL”



INTRODUCCIÓN

Una gestión empresarial exitosa supone, cada vez más, aludir a una organización que logra su rentabilidad económica sin descuidar la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Una gestión de este tipo no puede ser alcanzada de otro modo que desarrollando habilidades para establecer relaciones duraderas y rentables con los grupos de interés de la empresa.

Actualmente la sociedad y el mercado exigen más transparencia y credibilidad de parte de las empresas, que advierten que llevar adelante una gestión socialmente responsable se ha convertido en un valor estratégico para dominar nuevos escenarios. En este entorno, el Balance Social aparece como una herramienta sumamente útil para reflejar no sólo los resultados económicos, sino también los logros sociales y medioambientales de la organización.

En el desarrollo de este capítulo trataremos de dar respuesta a estas preguntas: ¿Cuándo surge el concepto de RSE y cómo ha evolucionado a través del tiempo?, RSE según diferentes autores y líneas de pensamiento, Práctica empresarial y RSE, ¿Empresas socialmente responsables o empresas responsables?, RSE en Argentina y en Córdoba, ¿Corresponde regular la RSE? ¿Cuál es la legislación vigente en Argentina?, El balance social como instrumento de análisis de la Responsabilidad social empresaria.

1. ¿CUÁNDO SURGE EL CONCEPTO DE RSE Y CÓMO HA EVOLUCIONADO A TRAVÉS DEL TIEMPO?

Para comenzar a hablar del tema responsabilidad social empresaria (RSE) hay que ubicarse en su evolución histórica y cómo repercute el tema en la actualidad. Hay cuatro fases:

Fase inicial: Transcurre durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, no existía la RSE como tal, ya que las diferentes instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran surgir.



Fase primera: Ocurre en la primera mitad del siglo XX, aquí surge espontáneamente la participación voluntaria de las organizaciones en la comunidad, comienzan a aceptar la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.

Fase segunda: Se ubica en la segunda mitad de siglo XX, la comunidad comienza a darse cuenta y tomar conciencia sobre la capacidad que tiene el sector privado para influir y solucionar problemas sociales, reconociendo los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó que el Estado ponga normas para la protección de los intereses públicos y de los recursos naturales.

Fase tercera: En la década del 60, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno se han ido interrelacionando intentando encontrar un método para hacer frente al cambio social, caracterizado por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del gobierno y de las empresas. Esto se fundamentó, en cambios de la sociedad, cambios en la relación organizaciones/sociedad y cambios internos en la organización.

Otras influencias que han determinado la evolución de la RSE son: la globalización, la liberación del comercio y sus reformas regulatorias, el desarrollo ambiental sostenible, los códigos de buen gobierno, la acelerada degradación del medio ambiente y la exclusión de sectores de la sociedad como el resultado del desarrollo, entre otras.

Los programas de responsabilidad social establecidos por las empresas suelen publicarse y darse a conocer a través de informes sociales o balances sociales. En la actualidad el concepto "Responsabilidad Social" se aplica sobre todo en grandes empresas de cualquier sector económico, públicas y privadas, aunque también en las Pymes y las cooperativas. Al ser una acción voluntaria no obliga legalmente a las organizaciones, pero el mercado ha aprendido a



diferenciar entre empresas comprometidas con causas sociales y aquellas que no lo están.

1.1. ¿QUÉ SIGNIFICA RSE?

Una definición mayoritariamente aceptada y utilizada de "Responsabilidad Social" (RS) entiende a este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. No obstante la RS no debe considerarse sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales.

A pesar que hoy en día el fomento de la RS corresponde a empresas multinacionales y otras grandes empresas, esta es importante en todos los tipos de organizaciones y todos los sectores económicos. La creciente puesta en práctica en pequeñas y medianas empresas es esencial porque son quienes más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo.

1.2. LA RSE SEGÚN DIFERENTES AUTORES Y LÍNEAS DE PENSAMIENTO

Milton Friedman en el año 1970 publica su libro llamado "La responsabilidad social de los negocios es aumentar las utilidades", según él, sólo los individuos tienen responsabilidad social que deben atender con su propio tiempo y con sus propios recursos. La responsabilidad primaria de quién dirige un negocio es hacia sus empleadores, por tal motivo tendrá que aumentar sus utilidades, siempre dentro de la ley y en libre competencia. Según Friedman "...la búsqueda del propio interés sirve a un propósito social, en la medida que promueva mayor producción de riquezas, razón básica por la que el capitalismo funciona..."

Según Drucker, el argumento de que la empresa es una institución económica y debe atenerse a su función económica está bien formulado; "...corremos el



riesgo que la RS socave el desempeño económico y, de rebote, perjudique a toda la economía..."

Desde una visión económica Arrow, también acepta que la maximización del beneficio es realmente eficiente para la sociedad, pero remarca algunas limitaciones a este pensamiento, una es, que si bien una economía basada en la maximización de las ganancias produce altos ingresos promedios, la distribución de los mismos es desigual, lo que se considera indeseable.

Muchos autores sostienen que la empresa tiene obligaciones más allá de la producción de bienes y servicios y que deben colaborar en la solución de problemas sociales y ambientales. Esto expresa Buchholz y Rosenthal en cuanto a RSE "... el concepto responsabilidad social es, fundamentalmente, un concepto ético. Implica modificar ideas sobre el bienestar humano, y destaca el interés en las dimensiones sociales de la actividad de negocios que se relacionan con el mejoramiento de la calidad de vida..."

2. PRÁCTICA EMPRESARIAL Y RSE

La Responsabilidad Social Empresaria se encuentra incorporada a la nueva gestión empresarial. Los cambios en el entorno han llevado a que las empresas no sólo obtengan beneficios de tipo económico, sino también de tipo social. Las organizaciones deben reconocer los intereses y necesidades de sus grupos de interés (quienes pueden considerarse aliados estratégicos a efectos de las prácticas de RSE, siendo, tanto actores influenciados por la empresa como beneficiarios de las actividades que esta desarrolla, y por ende, sujetos de la información, comunicación y bienestar de las políticas empresariales), ya que la Responsabilidad empresarial es determinante de la imagen que las empresas transmiten hacia adentro y hacia afuera. Se trata de implementar acciones concretas que demuestren la conducta empresaria.

La RSE hace referencia a la buena administración de la empresa, gerenciada de forma ética y sostenible, llevando a cabo un conjunto de compromisos de carácter voluntario, con el objetivo de gestionar su impacto en el ámbito social,



ambiental y económico, y obtener los máximos beneficios para el conjunto de la sociedad. La responsabilidad empresarial conlleva la necesidad de adoptar medidas e integrar aspectos sociales y medioambientales en los objetivos de la empresa.

2.1. ¿EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES O EMPRESAS RESPONSABLES?

Hay empresas que aplican RSE y empresas socialmente responsables, ambas encuadran en dos definiciones distintas; una empresa responsable, no implica que sea considerada una empresa socialmente responsable.

La expresión "La responsabilidad social empresarial es el ejercicio ético de la competitividad" (Guedez, 2006, p.83), alude al concepto que la responsabilidad social... "es la integración voluntaria de las empresas, sobre las preocupaciones sociales y medioambientales en el transcurso de sus vidas comerciales y la interrelación con los interlocutores", este concepto producto de la reunión en Bruselas de la Comisión Europea del año 2001, es uno de los más citados.

Ahora, cómo descubrir "¿cuándo realmente una empresa cumple con su responsabilidad social?", cuando más allá de trascender el quehacer, favorece al público externo e interno, con aportes realmente sustentables.

Pizzolante (2009), afirma "se logra mucho más impacto social, trabajando desde el apoyo a la comunidad y al tejido social. Es mejor enseñar a pescar, que darle el pan a la gente."

Existen ciertas características para considerar a una empresa socialmente responsable, es decir, cuando en el contexto social la responsabilidad es un estado de conciencia compartido, y debe ser transmitido a toda la organización, en cada uno de los procesos: de administración, humanos, productivos, a través de... "una gestión consciente y, por lo tanto es responsable de los impactos producidos en el entorno de la sociedad en la que actúa y a la que sirve."(Pizzolante, 2009 a, p.201)



2.2. EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES: SER O PARECER

El concepto de responsabilidad social, se ha convertido en una tendencia creciente, relacionada a las estrategias de las empresas y en muchos casos, entendida como una moda, es por esto, que muchas personas y organizaciones quieren hablar de ello.

Se puede observar una distancia considerable entre las empresas socialmente responsables y las prácticas de responsabilidad social. Algunas empresas llevan a cabo acciones de filantropía, otras inversiones económicas y en situaciones más adecuadas, estrategias de gestión empresarial.

Se presenta un cuadro comparativo entre empresas socialmente responsables (Ser) y prácticas de responsabilidad social (Parecer).

Empresas socialmente responsables (Ser)	Prácticas de responsabilidad social (Parecer)
<ul style="list-style-type: none">• Existe una relación ética con sus grupos de interés.• Se establecen objetivos compatibles con el desarrollo sustentable.• Hay satisfacción de necesidades contribuyendo al aumento del bienestar de la sociedad.• Las acciones aportan confianza y compromiso a todos los públicos.	<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento del concepto y falta de claridad.• Las acciones se enfocan en la ayuda comunitaria.• Se hace por obligación, por cumplir la ley y la norma.• No concuerdan los beneficios de la organización con los beneficios de la sociedad.

2.3 BENEFICIOS DE DESARROLLAR ACCIONES EN MATERIA DE RSE

Una empresa con aptitud y lógica de comportamiento responsable, tiene más oportunidades de ubicarse competitiva y ventajosamente en el mercado que demandan consumidores, preocupados cada vez más por acceder a productos



no sólo de buena calidad y precio conveniente, sino también producido de manera socialmente aceptable y ecológicamente sustentable.

La RSE es un elemento de valor. Su aplicación es rentable y no significa mayores costos para operar. Más que recursos, se necesitan creatividad e iniciativa. Una conducta ética aporta mayor utilidad económica.

Algunos de los beneficios que una empresa puede obtener son:

Internos

- Satisfacción de los empleados
- Mejora en la productividad
- Mejora en la comunicación interna
- Fidelidad y compromiso por parte del personal
- Mejora en el clima laboral
- Atrae y retiene trabajadores con talento
- Cultura organizacional que fomenta valores compartidos

Externos

- Posicionar y diferenciar la marca
- Captar y fidelizar nuevos clientes
- Mejorar la imagen corporativa
- Atraer posibles inversores
- Incremento del valor de la empresa
- Mejora la relación con el entorno

Pueden distinguirse entonces:

- Beneficios que aportan eficiencia en la gestión. Mejora el clima, la competitividad, la productividad, mayores beneficios económicos. Reducción de costos. Atrae y retiene a los empleados que sentirán orgullo de trabajar en la empresa, consiguiendo incremento en la productividad y calidad de los productos/ servicios que ésta ofrece. El buen clima laboral influye



positivamente en el nombre de la empresa, lo cual a su vez se transmite a los clientes.

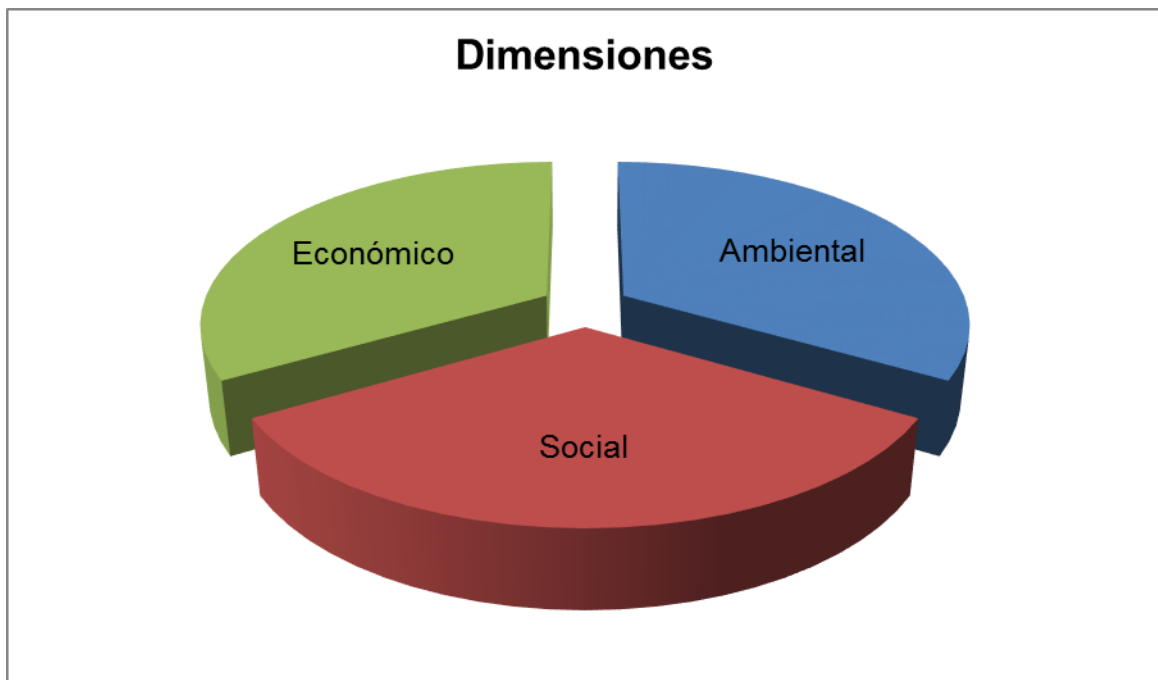
- Beneficios otorgados a la marca e imagen de la empresa. Renombre y fidelización. Buena repercusión en las ventas. Sólidas garantías ante entidades financieras y aseguradoras.
- Beneficios sobre los valores y el entorno de la organización. Mayor aceptación y/o credibilidad ante la sociedad. Contribución al desarrollo sostenible y tranquilidad por sentirse responsables.

3. DESARROLLO SOSTENIBLE

Cuando las empresas asumen un compromiso socialmente responsable, incluyen en sus prácticas y filosofía un enfoque unido al desarrollo sostenible (la capacidad de gestionar de manera sustentable los recursos económicos, sociales y ambientales, tratando de mantener equilibrio entre los mismos). De esta manera, persiguen la generación de valor tanto para la empresa como para la sociedad.

Conceptualmente, RSE y Desarrollo sostenible o desarrollo sustentable, (aquel que satisface las necesidades presentes sin comprometer las de futuras generaciones), convergen en torno a sus tres dimensiones: Económica, Ambiental y Social. Esto en la práctica, se traduce en lo que se conoce como Triple Cuenta de Resultados (resultado neto expresado en el último renglón del estado de resultados contables), que implica que las empresas para sobrevivir en el entorno actual deben:

- ✓ Resultar económicamente viables
- ✓ Ser medioambientalmente sostenibles
- ✓ Y socialmente responsables



Económico: financiero "clásico", además de la capacidad para contribuir al desarrollo económico.

Social: las consecuencias de la actividad de la empresa con todos sus grupos de interés.

Ambiental: la armonía entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas.

4. RSE EN ARGENTINA

La RSE ha evolucionado, es una realidad en movimiento. Las empresas están comenzando a tomar estos temas más seriamente. Se confeccionan informes de Sustentabilidad, con reportes de indicadores GRI e ISO 26000.

En esta tendencia de transferir la RSE de adentro hacia afuera, son las grandes empresas las que abrieron el camino, sin embargo, comienzan a sumarse muchas Pymes.

En el Anexo I, se muestra la encuesta que la empresa ComunicaRSE realizó al cumplirse 10 años de RSE en Argentina ("ComunicaRSE nació en 2002 como



el primer medio de comunicación de habla hispana especializado en RSE y Sustentabilidad").

4.1. RSE EN CÓRDOBA

A nivel local, en Córdoba, podemos comprobar que las empresas progresan en la implementación de la Responsabilidad Social Empresaria o sustentabilidad, término que últimamente se utiliza con mayor frecuencia.

En el Anexo II se muestra un artículo del Diario La Voz del Interior², que expone diversas acciones llevadas a cabo por empresas en Córdoba.

5. ¿CORRESPONDE REGULAR LA RSE? ¿CUÁL ES LA LEGISLACIÓN VIGENTE EN ARGENTINA?

En el Anexo III se incluye un detalle de la Legislación y normativa vigente en Argentina.

6. EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE LA RSE

Las empresas presentan información periódica sobre su situación financiera y patrimonial a través de sus Estados Financieros, a partir del cual se puede deducir su situación económica.

Entonces, así como el Balance Contable muestra las consecuencias del impacto del medio ambiente externo sobre la empresa, ésta debería presentar un Balance Social que muestre el impacto de sus acciones sobre sus grupos de interés.

La Comisión de Investigación y Desarrollo (DERES) de Uruguay (2003), considera el Balance Social como un complemento al balance financiero publicado anualmente por la empresa, en el cual se da cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad en su conjunto. De esta manera el Balance Social se conforma como un elemento de diagnóstico,



planificación, comunicación y control, permitiendo así, establecer objetivos sociales y una mejor gestión de los aspectos internos y externos provenientes de su actividad, lo cual redundará en mayor bienestar para la sociedad y en un incremento de la rentabilidad del negocio a mediano y largo plazo.

Al igual que los estados financieros, el balance social debe presentarse conjuntamente al final de cada período. Por ello, de acuerdo con los resultados de su análisis, brinda información necesaria para estimar el cumplimiento de la responsabilidad social frente a objetivos establecidos tanto internos como externos de cada organización. El Balance Social, por tanto, cuantifica los datos sociales de la empresa. Delimita y evalúa las áreas de actividad en que la empresa es responsable socialmente, como lo son el área corporativa, recursos humanos, medioambiente, sociedad, clientes, consumidores y proveedores.

Los fundamentos del Balance Social están definidos en los conceptos de Activos y Pasivos Sociales, partidas que deben estar en equilibrio al igual que los ingresos y egresos. Son Activos Sociales aquellos recursos que posee la organización (dinero, herramientas, tiempo, personas, etc.) aplicables dentro de ciertos indicadores, a la solución de las necesidades definidas como Pasivos Sociales, siendo éstos las demandas, carencias, vacíos, compromisos y necesidades definidos dentro de las metas sociales a desarrollar o cumplir para un período de tiempo. En la medida en que los pasivos sociales van siendo satisfechos, pasan a formar parte de la propiedad o patrimonio de los sectores beneficiados, en imagen positiva de la organización y en la base de su patrimonio social.

Las necesidades definidas como proyectos a desarrollar por la empresa se convierten en sus Pasivos Sociales y los recursos asignados para ser aplicados pasan a ser sus Activos Sociales. Si los resultados finales obtenidos son mayores que las necesidades previstas se genera Superávit Social y si por el



contrario, los resultados alcanzados están por debajo de las metas preestablecidas se obtiene Déficit Social.

Estas ideas sirven para entender el Balance Social como un instrumento de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de Activos y Pasivos Sociales en sus áreas interna y externa, durante un período determinado y frente a objetivos de desempeño definidos y aceptados previamente. Se trata de una herramienta que proporciona la posibilidad de medir y evaluar las satisfacciones e insatisfacciones que se producen en el ámbito social de la organización y que permite a la dirección de la empresa tomar las medidas correctivas necesarias y cambios que debe ejecutar para el logro de sus metas sociales, al mismo tiempo que admite comunicar a directivos, empleados, accionistas y terceros de los resultados obtenidos para un período como parte de la ejecución de su plan de responsabilidad social corporativa.

7. CONSIDERACIONES FINALES

La Responsabilidad Social se hace cada vez más necesaria y debe estar más presente en el Gobierno Corporativo de las empresas con el fin de generar un clima organizacional de confianza y transparencia entre los diferentes grupos de interés, quienes día a día demandan mayor información y seguridad. Es importante que la RSE establezca un esquema desde la alta dirección y vaya de la mano con una cultura y acciones empresariales, determinadas por medio de las políticas de la organización.

Resulta fundamental como valor agregado en la eficiencia de la responsabilidad social empresaria, la implementación de auditorías externas de la gestión social de las organizaciones. Esto lograría asegurar la lealtad social y por otro lado, garantizaría el desarrollo de la competitividad y sostenibilidad de la empresa.



CAPÍTULO N° 3:

“LA AUDITORÍA Y LOS INFORMES SOCIALES”



INTRODUCCIÓN

Reducir la Contaduría Pública al campo de las transacciones financieras, hace que el campo de acción resulte pobre en sus niveles de articulación y vinculación con la realidad de las organizaciones, respecto a las variables internas y externas de las mismas.

Se ha encasillado el campo profesional contable en el estudio sólo de los aspectos contables y financieros de las organizaciones, llevando a la idea de que la Auditoría únicamente se desarrolla en el área de contabilidad y finanzas, lo cual conlleva a reflexionar sobre el objeto de estudio para conducirlo a la convergencia multidisciplinaria, científica y profesional en la vida de las organizaciones, respondiendo a las necesidades de la sociedad y sus entidades.

El concepto de auditoría, tiene su origen en la contabilidad y surge mediante diferentes hechos históricos sucedidos a lo largo del tiempo. La profesión del Contador Público ha evolucionado gracias a sus fronteras interdisciplinarias; este crecimiento es fruto de la auditoría. Ella le devolvió un papel más protagónico al profesional de la contabilidad.

El avance en la auditoría es consecuencia de la Responsabilidad Social, la cual se materializa en la Fe pública, para con el Auditor. Cuando el Contador Público brinda " Fe pública", está emitiendo una garantía.

Intentaremos dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué es la Auditoría?, ¿Qué se entiende por Auditoría Social?, ¿Cuál es la necesidad e importancia del informe externo?, ¿Cuál es el rol del Contador Público?, ¿Qué normas son necesarias para auditar un Balance Social?, ¿Cuáles son los procedimientos de Auditoría?.



1. AUDITORÍA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS, CLASIFICACIONES Y FUNCIONES

1.1. CONCEPTO DE AUDITORÍA:

La auditoría, es un procedimiento de revisión que evalúa con pleno conocimiento de causa una situación auditada, mediante la realización de una investigación profunda, estratégicamente planificada y ejecutada con excelencia y calidad; la que produzca conocimiento cierto del estado en que se encuentra el objeto de estudio con fines de mejoramiento continuo.

1.2. CARACTERÍSTICAS:

La auditoría es la verificación o control de estados financieros y de la contabilidad que los produce, para luego determinar si representan fielmente la realidad económica de la organización.

- Debe ser realizada por un Contador Público imparcial, es decir, independiente de quien elabora o procesa la información contable; de manera que el público en general, obtenga confianza en la versión y quien la elabora asuma con responsabilidad la confianza depositada sobre la verificación realizada.
- Dicha tarea de auditoría debe ser realizada por un Contador Público o persona que posea suficientes conocimientos, los cuales deben ser avalados legal y profesionalmente.
- El Contador que realice la auditoría, debe ejercer su labor con plena independencia en relación a los intereses en el objeto, para poder evaluar con objetividad e imparcialidad las evidencias.
- El Contador Público debe ser idóneo para garantizar el trabajo de auditoría, con respecto a los conocimientos sobre el objeto de estudio que le fueron confiados para su evaluación y control.
- Se deben utilizar metodologías técnicas o científicas para llevar a cabo la auditoría, que permitan recopilar evidencias.
- El producto final de la auditoría es el "Informe", elaborado por el auditor contratado, quien dará su opinión avalando o no, la información contable que fue objeto de estudio, con sus datos correctos según las Normas utilizadas para la evaluación.



1.3. OBJETIVOS DEL AUDITOR

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

El auditor proporciona el análisis, la evaluación, recomendaciones, asesoría e información, relacionada al objeto de estudio o situaciones auditadas, las que han sido previamente examinadas, y debe ser un asesor de alta competitividad para la organización.

La auditoría da soporte desde el nivel operativo, pasando por las diferentes instancias de la empresa, incluida la administración, hasta la alta gerencia; cuyo nivel es donde el auditor debe vincularse con la organización, para lograr esa posición de independencia.

En ese punto, es donde la auditoría se constituye como herramienta de control y supervisión que contribuya a la creación de una cultura de disciplina en el ente. Pueden descubrirse desviaciones en la estructura y la posibilidad de existencia de vulnerabilidades. Éstas últimas, en auditoría se denominan "Riesgos", y es parte del trabajo establecerlos, identificarlos, valorarlos y procurar que no sucedan y realizar actividades que lleven a minimizarlo.

Para lograr el objetivo general, algunas actividades para asesorar a la organización son:

Realizar delegaciones efectivas en cuanto a las funciones.

Mantener un buen control sobre el ente.

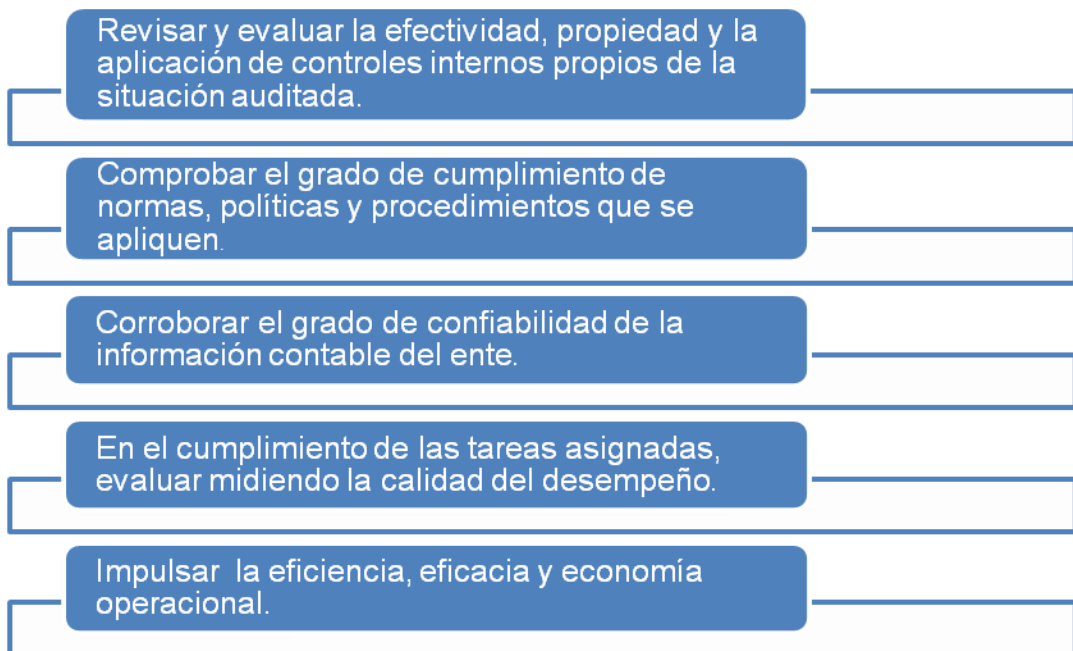
Reducir a niveles mínimos las posibilidades de ocurrencia de riesgo.

Controlar y evaluar en cualquier área las actividades de la organización, como: área financiera, administrativa, contable, etc.



1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Según el tipo de auditoría, alcance con que se trabaje y propósito con los que se lleve a cabo, los objetivos específicos cambian, existen algunos típicos de los diferentes tipos de auditoría:



1.4. CLASIFICACIONES:

La complejidad que envuelve a las actividades que conforman el quehacer del ente y los diferentes factores intervinientes hacen necesario el uso de diferentes tipos de auditoría, para luego seleccionar el modelo de auditoría que se utilizará en cada objeto de estudio.

La clasificación de la auditoría, se realiza en base a los siguientes criterios.



Afiliación o sectorización donde pertenece el auditor.

La relación que existe entre el cliente y el auditor, en correspondencia con la independencia sobre el objeto de estudio.

El tipo de objeto de estudio o situación auditada.

La periodicidad en que se realiza la auditoría.

1.5. FUNCIONES:

Las distintas funciones que posee la auditoría son las siguientes:

Función de control y vigilancia.

Función de verificación y evaluación.

Función de protección y mínimo riesgo.

Función de asesoramiento.

Función de gestión del conocimiento y la información.

Función de mejoramiento continuo.

2. AUDITORÍA SOCIAL

Como toda información que surge de una organización, y que se brinda a terceros; uno de los requisitos es que otorgue credibilidad al momento de su



publicación, siendo respaldada mediante un informe de un profesional externo independiente, que sea "segura" y "confiable", a los distintos grupos de interés a los cuales se presenta, en relación a su elaboración y resultado.

Según Elkins, la Auditoría Social se puede definir como... "la Técnica que tiene por objeto revisar, supervisar y controlar el cumplimiento de las metas sociales establecidas por la empresa, tanto a nivel interno como externo con concordancia con su política social, garantizando la rectitud en sus procedimientos y fidelidad de las cifras presentadas al cierre del ejercicio"(Elkins, 1984).

Una parte de la doctrina amplía el campo del requerimiento y considera que los procesos de validación externa deberían estar destinados a verificar, que:

- La información que se transmite a los grupos de interés se corresponde con lo actuado por el ente.
- Se han alcanzado metas y compromisos asumidos.

En función de la etapa en que se encuentra todo este proceso de concientización de la comunidad y en el desarrollo e identificación de los grupos de interés que son afectados por las decisiones de los entes y que a su vez los afectan, los trabajos se concentran en poner foco en el primero de los dos requerimientos enunciados.

3. NECESIDAD E IMPORTANCIA DEL INFORME EXTERNO

Al igual que con los informes contables que surgen y emite el ente haciéndolos públicos a terceros; en los informes de Balances Sociales, debe existir un respaldo de esta información por parte de un tercero, quien debe ser un profesional independiente, externo al ente en cuestión, de forma tal que brinde credibilidad a los datos expuestos. Con la ausencia de este informe que contiene la opinión de un profesional, la declaración no se considera segura ni confiable en su elaboración ni en el resultado obtenido.



El informe tiene determinados destinatarios, principalmente agentes sociales externos, como los clientes, los proveedores, los inversores, el Estado, la comunidad, etc. Todos ellos forman el entorno de la empresa y serán quienes utilicen a su favor los informes emitidos por el ente.

Este Balance cambia de acuerdo a las necesidades del medio donde se encuentra la organización, al rubro donde se desempeña, a los objetivos propuestos que quiere concretar y a las condiciones externas que lo rodean.

El informe externo trae aparejado ventajas y desventajas en su implementación.

Como **ventaja** podemos decir que:

Comunica al medio los aspectos positivos logrados por la organización.

Da la posibilidad al destinatario de evaluar si los objetivos han sido logrados por la empresa en relación a la Responsabilidad Social.

Permite a la organización situarse y diferenciarse tanto en el mercado local como internacional.

Da cuenta de aciertos y desaciertos en la relación con el medio que lo rodea.

En cuanto a las **desventajas**, no son muchas en comparación a los beneficios que el informe otorga a la empresa. Algunas de ellas serían:



Se muestra resistencia por parte de los directivos a dar mucha información que el empresario preferiría mantener en privado, por ser datos que podrían afectar a la organización en la relación con sus grupos de interés (stakeholders).

La frecuencia con la cual se auditan estos informes no es muy periódica.

Existen tres razones por las que una empresa debería confeccionar y mostrar sus Balances Sociales.

1-Genera beneficios para el negocio de la empresa

- El Balance Social es una herramienta cada vez más valorada por los consumidores e inversionistas, éste le genera un valor agregado a la empresa.
- Es también un documento necesario y fundamental a la hora de dar sustento a un proyecto de inversión.
- La empresa que hace transparente sus acciones mediante el Balance Social, genera confianza con sus grupos de interés. La comunicación fortalece los lazos reduciendo también el riesgo de que surja un conflicto.
- El Balance Social es un instrumento moderno para gestionar y una herramienta esencial para medir, estructurar y divulgar el ejercicio de la Responsabilidad Social.



2-Satisface la creciente necesidad de la sociedad de conocer las acciones de la empresa en lo referido a Responsabilidad Social.

El protagonista principal a la hora de conocer la reputación y el buen nombre de la empresa es la opinión pública, quien toma el papel de fiscalizador cuando esta no cumple con las nuevas exigencias. Hoy en día se exige la transparencia, una mayor conciencia social, medioambiental y un ambiente laboral óptimo.

3-Consolida una intención o tendencia.

La presentación de memorias o reseñas sobre la Responsabilidad Social de las empresas es cada vez más frecuente, algunos con mayores detalles, otros con menos, dependiendo de la dirección o del personal a cargo de esto y de su percepción sobre la Responsabilidad Social Empresaria.

En general son grandes empresas que cuentan con un presupuesto para su confección, mayormente las Pymes quedan fuera de este armado y presentación. Sin embargo al ser un proceso evolutivo se cree que próximamente las Pymes continuarán con esta tendencia.

4. EL ROL DEL CONTADOR PÚBLICO

La auditoría le devolvió al contador público su papel protagónico en las organizaciones actuales, liberándolo del encasillamiento financiero y contable, para extender su campo de acción al conocimiento del objeto social de las organizaciones.



La tarea del contador público es agregar credibilidad a la información en carácter de auditor externo. Utilizando técnicas y diseñando procedimientos, con el objeto de obtener pruebas para emitir su opinión, verificando o no la declaración del ente.

5. NECESIDAD DE NORMAS ESPECÍFICAS PARA AUDITAR UN BALANCE SOCIAL

La legislación vigente para la Auditoría de Balances sociales se presenta en el Anexo IV.

6. PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA, VERIFICACIÓN EXTERNA DEL BALANCE SOCIAL

La verificación independiente es uno de los elementos en el proceso de creación de un reporte de sustentabilidad.

La verificación o auditoría tiene la intención de emitir una opinión independiente acerca del correcto cumplimiento de las metas económicas, sociales y ambientales, establecidas y comunicadas por la organización, garantizando, a los diferentes grupos de interés, la honestidad de las actividades realizadas y la exactitud de las cifras y de la información presentadas por la organización.

En Argentina y en el mundo, cada vez son más las organizaciones que comienzan a adoptar una estrategia de responsabilidad social y a comunicar su desempeño en el ámbito económico, social y ambiental, a través de un "Reporte de Sustentabilidad". El proceso de rendición de cuentas y transparencia es un elemento fundamental a la hora de diseñar una estrategia de desarrollo sustentable.

A raíz de este cambio de modelo, comienzan a surgir distintas iniciativas globales que promueven el desarrollo de este tipo de informes. Una de ellas es el *Global Reporting Initiative (GRI)* una organización del ámbito civil, con sede en Ámsterdam, que provee una guía sobre la forma en que las organizaciones pueden dar a conocer su desempeño en materia de sustentabilidad.



El uso de los lineamientos del GRI para preparar un reporte implica comunicar aspectos del perfil de la organización, prácticas de gobierno corporativo, relación con grupos de interés y desempeño económico, social y ambiental.

El Anexo V muestra la segunda parte del proyecto de Interpretación N°12: Encargo de Aseguramiento del Balance Social, donde se exponen los **procedimientos** para la obtención de elementos de juicios válidos y suficientes e informe del contador.

7. REFLEXIÓN FINAL

El auditor se debe apoderar y comprometer con la organización, no solo con los requerimientos mínimos relativos a la prestación de servicios; sino con una demostración de capacidad profesional donde imperen la creatividad en la solución de problemas; por lo tanto las normas son lo mínimo que debe ofrecer el contador público respecto a la calidad en la prestación del servicio cuando se desempeñe en el campo de la auditoría, considerando el hecho que cada auditor o firma de auditoría se debe diferenciar por el valor agregado que imprima a la prestación del servicio.

Las organizaciones tienen la obligación moral de analizar el ambiente en el cual se desarrollan y comprender cada una de las problemáticas que refieren a circunstancias desfavorables en su interior y exterior. De esto depende, en gran medida, su desarrollo integral, y por ende, su competitividad. La ética, como ciencia que estudia la moral y considera las distintas formas de lograr el bien humano, debe aplicarse en todas las dimensiones empresariales.



CAPÍTULO N° 4:

“ÉTICA Y MORAL, Normas y conductas en la Ética empresarial”



INTRODUCCIÓN

La Ética Empresarial está fuertemente relacionada a la ética y la moral de las personas, que conforman la organización, así como la misma cultura de la organización en sí, basada en intereses, creencias y valores compartidos. Ésta, abarca desde sus más altos directivos hasta el último empleado de la compañía.

Los códigos de ética que fija la empresa, regulan el actuar de las personas dentro de ella, éstos deben cumplir una función interna, para los integrantes de la organización y una función externa, referida al entorno de la misma.

Las normas morales adoptadas por la compañía, deberían estar plasmadas en un manual, otorgando identidad y dirigiendo a sus miembros hacia determinadas maneras de interactuar consideradas adecuadas, permitiendo de esta forma que los empleados sientan aceptación dentro de la entidad de la cual forman parte.

En este capítulo, se tratará de responder a algunas preguntas que servirán para entender mejor el tema; ¿Qué es la ética y la moral?, ¿Cuáles son sus diferencias?, ¿Qué son los códigos de ética, sus funciones y cuáles son sus beneficios?, ¿Qué son las Normas morales?, ¿En qué contribuye la ética empresarial a la comprensión de la responsabilidad social?, ¿Qué es una organización ética?, ¿Qué aporta el ética a la elaboración de los Balances Sociales?

1. ¿QUÉ ES ÉTICA? ¿QUÉ ES MORAL? Y SUS DIFERENCIAS

1.1. ¿QUÉ ES ÉTICA? ¿QUÉ ES MORAL?

Cuando hablamos de **ética** podemos decir que está fuertemente ligada a la **moral** y establece lo que es bueno y malo, lo que está permitido o deseado respecto a una acción o una decisión.

El significado conceptual de "**ética**" proviene del griego *ethikos*, cuya acepción quiere decir "carácter" en el sentido del modo adquirido por el hábito, inherente a la persona; se construye por la repetición de acciones. La ética es la reflexión



que se da al interior de cada persona, es la toma de conciencia de los principios éticos que un individuo hace, interioriza y apropia para formar su propia conducta (Julián Pérez Porto y Ana Gardey.2009).

La moral es un conjunto de normas, inmersas en todas las entidades, que se transmiten de generación en generación, al igual que la humanidad va evolucionando, diferencian a una entidad de otra por las particularidades que le dan identidad a cada cultura.

Hasta aquí, se habló de las semejanzas entre ética y moral, ya que en ambos casos se refiere a normas que a nivel colectivo o individual dirigen el deber ser de las personas.

Por lo que la ética es la ciencia y la moral es el objeto de estudio y campo de acción de la ética.

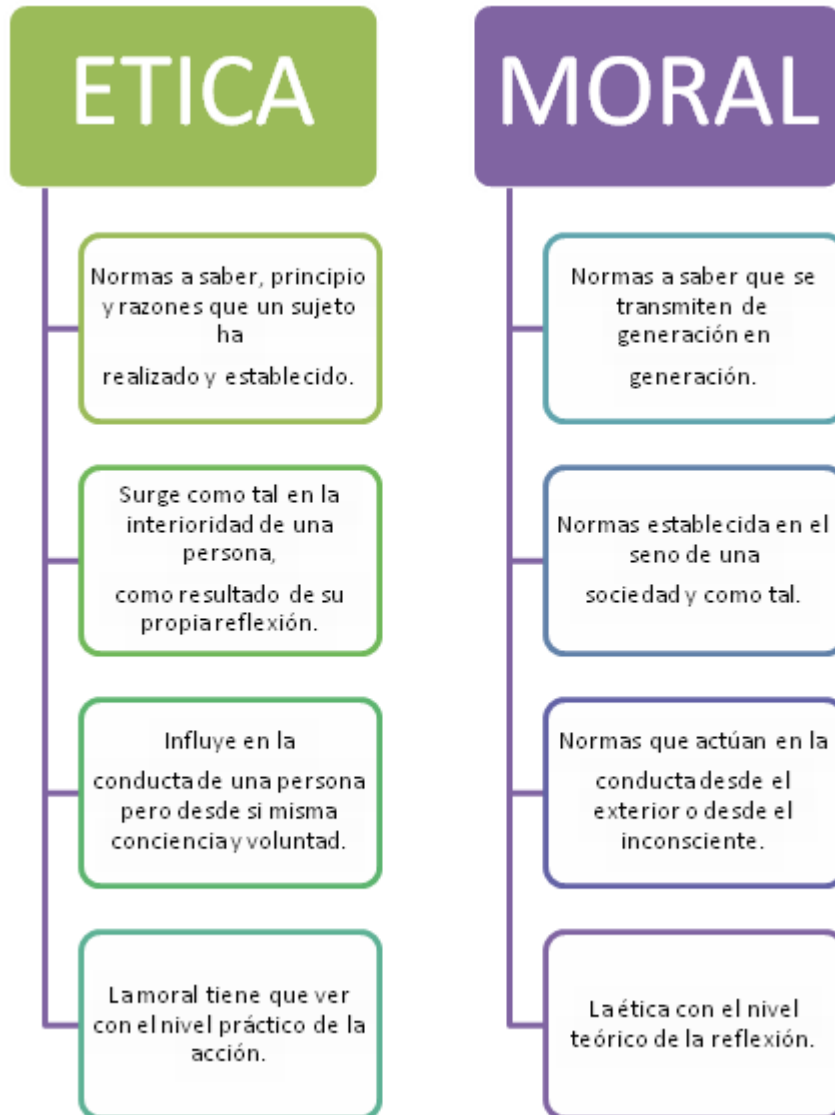
“La moral se refiere a todas aquellas normas de conducta que son establecidas por la sociedad y la ética se refiere a la connotación de bien o de mal que le entregamos a esas normas, es decir, la ética se refiere a la clasificación e interpretación que demos a las normas sociales, a la reflexión sobre la consideración y aceptación de dichas normas como válidas y a la comparación con otras morales” (Savater, 1991. Pág. 59).

Luego de exponer el significado de "ética" y "moral", concluimos que estos conceptos son principios que regulan o enmarcan la conducta en valores de una persona o una organización, considerada por quien se encuentre responsable de la toma de decisiones.

1.2. LAS DIFERENCIAS ENTRE ÉTICA Y MORAL



Existen características importantes de la Ética y de la Moral que se diferencian entre sí, las cuales son;



2. CÓDIGOS ÉTICOS Y NORMAS MORALES

2.1. LOS CÓDIGOS ÉTICOS

Sabemos que un código es una combinación de signos con determinado valor dentro de un sistema establecido. Por ejemplo, en el Derecho, se lo conoce como al conjunto de normas que regulan una materia determinada.



En el caso específico de las organizaciones, un Código de Ética busca regular el accionar de directivos, empleados y terceros relacionados, con el objeto de respetar ciertas normas de convivencia.

La ética nos induce a reflexionar profundamente antes de tomar una decisión y actuar según lo elegido, a adoptar un buen carácter que nos identifique a lo largo de la vida, y nos permita como fin último el disfrute de la vida en sociedad.

Al momento de la toma de decisiones, los gerentes no podrán actuar deliberadamente, deberán respetar y ajustarse al código de ética establecido por la empresa.

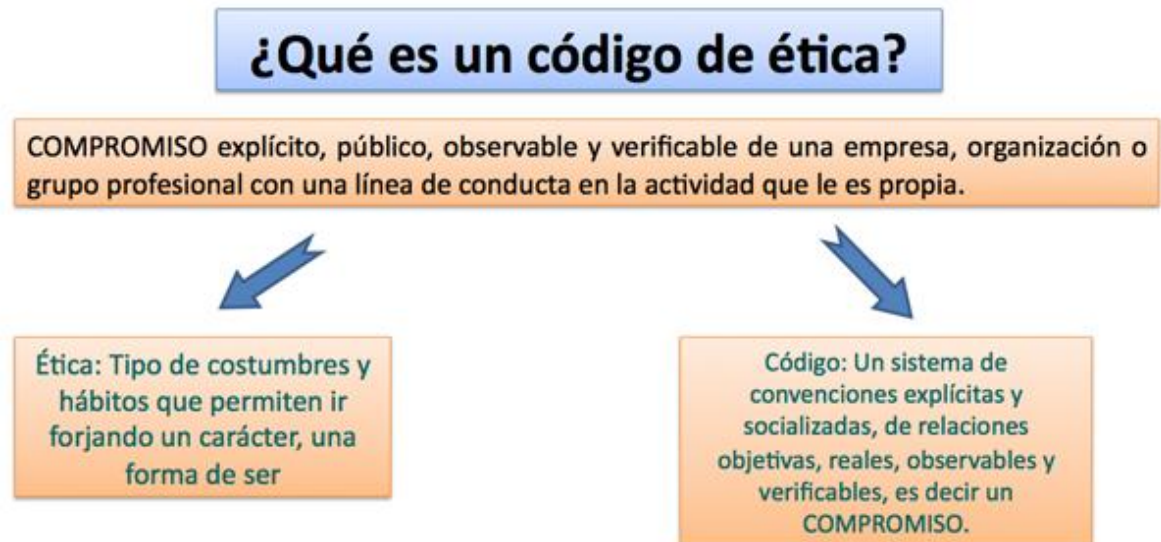
La formación de un buen carácter puede iniciar con el planteamiento de metas, fijar acciones para alcanzarlas y los valores necesarios para cumplir con los objetivos, apropiarse de ellos de manera tal que estén profundamente implícitos en cada uno de los comportamientos. El carácter no es sólo de las personas sino también de las organizaciones; los hábitos de comportamiento definen ese carácter a través del tiempo, lo que distingue a cada organización de las demás.

Por lo tanto, un **"Código de Ética"**, fija normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una organización. Aunque la ética no es coactiva (no impone castigos legales), el código de ética supone una normativa interna de cumplimiento obligatorio.

En términos generales, los códigos deben reflejar los compromisos que la empresa asume con cada grupo o área con el cual se relaciona, los principios éticos que guían su gestión y la conducta en cómo plantea sus objetivos bajo una perspectiva ética para la entidad. Como complemento a estas consideraciones que se incluyen en los códigos, la gestión que hagan los directivos sobre esta herramienta debe comprender un manejo de las



relaciones entre los grupos de interés que le permita resolver los conflictos que se generen.



FUNCIONES BÁSICAS DE LOS CÓDIGOS DE ÉTICA

Los Códigos de Ética deben cumplir con ciertas funciones básicas, tanto a nivel interno como externos, las cuales son;

A nivel interno:

- Institucionalizar los valores, pautas y criterios de decisión que definen el proyecto de empresa y que deben regular toda actividad empresarial.
- Crear una cultura empresarial y un clima ético que permita que los miembros de la organización se identifiquen con el proyecto que define a la empresa (visión compartida).
- Servir de punto de referencia o criterio de orientación, para la toma de decisiones en todos los niveles empresariales que elimine las incertidumbres y ambigüedades.
- Definir la responsabilidad, los derechos, las obligaciones y los compromisos de la empresa y de sus miembros hacia todos los grupos de interés.

A nivel externo:



- Comunicar el carácter propio de la empresa, dar a conocer lo que es la empresa y cuáles son sus objetivos.
- Explicitar cuáles son las líneas de actuación con las que se compromete la empresa ante sus grupos de interés.
- Desarrollar una cultura organizacional que le permita aproximarse a la sociedad, comprender sus necesidades y expectativas frente a la empresa y tener la capacidad de responder a ellas.

Estas normas y valores, deben reflejarse en las decisiones y en la conducta de todos sus miembros. En la actualidad, la mayoría de las grandes y medianas empresas cuentan con Códigos de ética que norman el actuar y las decisiones de empleados, directivos, colaboradores y demás personas relacionadas con la organización. Sin embargo, aún existen pequeñas y medianas empresas que toman sus decisiones instintivamente.

La creación de un Código de Ética y su utilización como un instrumento de gestión no implica reducir la autonomía y responsabilidad de sus miembros, sino todo lo contrario, implica aumentar la capacidad de los directivos y empleados de decidir por sí mismos y autorregularse.

Si bien, las funciones enumeradas anteriormente son las básicas en relación a los Códigos de Ética, éstos suelen comprender muchos otros aspectos que cada empresa en su particularidad requiere. Un código no es algo estático, debe gestionarse constantemente y modificarse según el desarrollo de la empresa. Así mismo, los códigos deben dinamizarse y profundizar en su aplicación a las actividades de las empresas, por lo que se deben establecer acciones concretas, que se han de llevar a cabo, desde cada una de las unidades de trabajo de la empresa con el fin de concretar las políticas generales a la cotidianidad de los miembros de la organización.



2.1.1. CÓDIGOS DE ÉTICAS IMPLEMENTADAS EN LAS DISTINTAS ÁREAS

Para la implementación de un Código de Ética no existe un formato universal, como se dijo anteriormente, es importante que abarque las distintas áreas de las organizaciones. Este contribuye a seguir el objetivo, reflejar la cultura organizacional de la empresa, ya sea desde el punto de vista de la RSE y de los resultados financieros a conseguir, ayudando a la toma de decisiones en cuanto a problemáticas internas o externas que involucren clientes o proveedores. Se nombran a continuación, algunas áreas y se citan preguntas frecuentes que suelen aparecer de acuerdo al área en cuestión;

- En el área Recursos Humanos y Relaciones Personales (RRHH); contribuye a regir normas que beneficiarán a los empleados y las distintas áreas que en ellas influyen. Algunas preguntas típicas; ¿Se permite una relación entre empleados o, de jefes y subordinados? ¿Está permitido que trabajen familiares en la misma área? ¿Qué posición tiene la empresa respecto a contratar personas con capacidades diferentes? Existen organizaciones, donde los Códigos de Ética no son claros o bien informados a los empleados; pero en otras empresas, sí los aplican y notifican a sus empleados, y al no respetar dicho Código, llegan a tener algún tipo de Sanción, como puede ser Llamado de atención, a través de un apercibimiento, luego Suspensión de jornada laboral, reducción o Despido con justa causa.
- En el área Producción; se protege lo concerniente a los empleados que cumplen con tareas productivas ya sea, en la elaboración de productos o control de los mismos. Se estipula también por ejemplo, qué se hace con los desechos, ¿Pueden ser obsequiadas a los trabajadores? ¿Bajo qué condiciones? ¿Qué se hace con las mermas? ¿Pueden ser vendidas?



Hay empresas que dentro de su estipulación, prohíben terminantemente el obsequio de desechos a sus trabajadores. Otras tienen como política la venta de sus mermas.

- En el área ventas: las preguntas que el código nos ayuda a contestar son muchas y variadas; ¿El precio es el mismo para todos los clientes? ¿Están claras las condiciones bajo las que se otorgan descuentos? ¿Qué debo saber de mi cliente antes de crearle una cuenta corriente? ¿Están mis proveedores legalmente constituidos ante la ley? Son muchas las empresas que incluyen precios o planes diferenciales para ciertos clientes, como así también introducen determinadas políticas con los proveedores.
- De los profesionales: Cada profesión lógicamente tiene su propio código y sus artículos específicos a la profesión correspondiente, pero a grandes rasgos, podemos decir que los códigos profesionales están confeccionados por el comité de ética profesional de los consejos, asociaciones o colegios que los reúne por lo que es, una obligación respetarlos y cumplirlos, de lo contrario pueden ser sancionados, y hasta ser despojados de su matrícula por un tiempo determinado o de por vida. En el caso de los Contadores Públicos, podemos nombrar algunas normas generales, como ser;

*El Contador Público Nacional, no deberá aceptar un trabajo en el cual se encuentre limitado.

*El Contador Público Nacional, no deberá ofrecer los servicios propios a clientes de colegas.

*El Contador Público Nacional, sin importar si ejerce otra profesión, debe acatar este código de Ética.

Éstos son, sólo algunos ejemplos debido a que el código es amplio y reúne una gran cantidad de normas a cumplir.

Es importante destacar que un Código de Ética no debe responder todas las preguntas sino sería infinito, el fin es que se tome una base de razonamiento de las diversas situaciones que se presentan, para la correcta toma de



decisiones y conducción de los actos según la ideología que sostiene la empresa.

Luego de exponer algunos ejemplos que se dan en las distintas áreas y dependiendo de la organización de la que se trate, citamos los beneficios internos y externos que poseen las empresas por contar con Códigos de Ética.

Beneficios internos:

- Orientar a actuar con imparcialidad al empresario y guía la conducta de los colaboradores.
- Indica las pautas de conducta y los criterios por los cuales se regirán todos los colaboradores de la organización al realizar acciones o en la toma de decisiones.
- Crea lealtad y colaboración de los subordinados hacia la empresa.
- Motiva a los colaboradores a ser partícipes de este proyecto mediante un código de ética implementado y apoyado desde la gerencia de la empresa.
- Mejora la rentabilidad y reduce los costos funcionales.
- El cumplimiento de un código de ética protege los intereses económicos de la empresa.

Beneficios externos:

- Mejora la confianza de los inversionistas.
- Atrae a personas altamente calificadas.
- Mejora la imagen corporativa ante la sociedad.
- prevé posibles conflictos

2.2. LAS NORMAS MORALES

Las Normas Morales, las vamos rearmando día a día, en base a nuestras experiencias, de lo que nos enseñaron que está bien y que está mal, de lo que se hace y no se hace, y de los valores que se nos transmiten en el mundo en el que vivimos y en particular a las que se palpitan en el ámbito diario del trabajo.



En el caso de una empresa, no están escritas en ningún libro, como las reglas de convivencia que rigen, ni que obliguen a cumplirlas. Pero, cuando las obedecemos; como por ejemplo, cumplir la palabra que hemos dado a un compañero de turnarse en quien llevará algo para compartir en el desayuno, pedirle a un compañero de trabajo con el permiso otorgado por el superior, que nos cubra durante el tiempo que estemos en el turno del médico y luego ese favor se devolverá cuando lo necesite; lo hacemos de forma libre y consciente. Y, ¿por qué lo hacemos?, ¿dónde está el origen del convencimiento y el acatamiento de esas normas?, está en el interior y la conciencia de cada uno y en los valores que fuimos adquiriendo o dejando a lo largo de nuestra vida. La moral social influye decididamente sobre la moral individual.

Características de las Normas Morales.

- **Autonomía:** Porque es impuesta por el sujeto de modo voluntario y consciente.
- **Unilateralidad:** Frente al sujeto obligado no existe persona autorizada para exigir de aquel el cumplimiento de sus deberes.
- **Subjetividad:** Porque se elabora y decide dentro de uno y por sí mismo.
- **Interio exterioridad:** Dan preferencia al aspecto interno del acto, pero también trascienden a la práctica o aspecto externo de la conducta.
- **Incoercibilidad:** No pueden ser impuestos por la fuerza o coacción social.



3. ÉTICA EMPRESARIAL: SU CONTRIBUCIÓN A LA COMPRESIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La empresa, se enfrenta a la necesidad de afrontar la credibilidad social, desarrollando un clima de confianza.

Uno de los aportes que la reflexión moral ofrece a la empresa es, al proponer y justificar un marco ético de actuación empresarial desde donde establecer, para cada situación que se presenta en la empresa, la responsabilidad social de la empresa. La ética empresarial, de esta manera daría respuesta a la imposibilidad de separar lo social de lo económico.

Cuando definimos la responsabilidad moral de la empresa, implica también definir el marco de actuación que respeta el pluralismo. Se la determina, centrando la reflexión moral en el diálogo y el posterior acuerdo entre todos los intereses que afectan, es decir, que el principio ético de actuación es el acuerdo. En la ética **discursiva** (o dialógica) lo que convierte en moral o justo y por tanto, exigible una norma, actuación o institución, es poder alcanzar el acuerdo entre todos, en igualdad de condiciones.

La ética empresarial dialógica, no puede reducirse a un simple registro de lo que está bien o mal, para ser aplicado a la empresa. Pero tampoco podemos entender a la ética empresarial como simple herramienta al servicio del beneficio económico, ignorando el marco ético y social en el que se mueve la empresa. La validez de este principio no tiene que ver con que se cumpla o no, es poco probable que pueda haber diálogo en igualdad de condiciones, o que estén presentes todos los posibles afectados. Sin embargo, sirve para medir los acuerdos alcanzados.

La noción de empresa que resulta de la ética empresarial dialógica es el de una institución social donde sólo la colaboración entre los distintos grupos y la combinación de sus intereses respectivos puede dar credibilidad y legitimidad. Es por ello necesario determinar los grupos afectados e implicados en las decisiones empresariales.



Este enfoque, que delimita las decisiones y acciones de la empresa, admitiría manifestar los proyectos, finalidades y perspectivas de los grupos involucrados y, de esta manera, entender las obligaciones morales de la empresa hacia estos grupos. Posibilitará reconocer las estrategias más adecuadas, para relacionar estos grupos entre sí y con la empresa.

De esta manera, conocemos la trama de relaciones que determina la actividad empresarial, es decir, la magnitud que representa la responsabilidad de las decisiones y acciones tomadas.

Para la ética empresarial dialógica, moralmente, una empresa debe buscar tomar decisiones y acciones tendientes al diálogo y posterior acuerdo de todos los grupos involucrados en la actividad empresarial. Es decir, la responsabilidad moral se concretaría con el cumplimiento o satisfacción de estos intereses.

La definición de la responsabilidad social y su posterior concreción, conlleva a la aplicación de estrategias, diálogo, mecanismos de participación, entre otros. La cercanía del comportamiento empresarial ético, permite valorar moralmente.

4. BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DE RSE CON ÉTICA

El trabajo estratégico de RSE, influye en las actividades que persigan objetivos dirigidos a alinear los compromisos de las empresas con las necesidades de sus proveedores, clientes, la sociedad y el estado. Es por ello necesario que la cultura empresarial se adapte a estas nuevas demandas, actuando con conciencia social.

Los impactos positivos de este obrar serán:



- Condiciones justas y productos útiles.
- Precio y calidad de productos y servicios que incrementen la fidelidad de los consumidores.
- Eficacia en la creación de riqueza.
- Disminución de costos.
- Seguridad y salud laboral.
- Prevención de riesgos sociales.
- Aumento de rentabilidad y productividad.
- Mayor participación de mercado.
- Perfeccionamiento de la cultura organizacional.
- Incentivo en la comunicación con los empleados, compromiso y adhesión de ellos y atracción de talento humano.
- Favorece la relación con accionistas.
- Genera confianza y transparencia a los proveedores.
- Proporciona respaldo y confiabilidad de mercados financieros e inversionistas.
- Mayores oportunidades para nuevos negocios.
- Permite cumplir con normas, contratos reglamentos.
- Evita contaminación, respetando el medio ambiente.
- Mejora positiva de la reputación de la empresa.

Las buenas prácticas de RSE, son integradas en la actividad por empresas responsables, que entienden que ésta gestión generará mayores beneficios, reducirá costos, como también brindará ventajas competitivas en la búsqueda de equidad y justicia entre los distintos grupos de interés.



5. ORGANIZACIÓN ÉTICA: COMPONENTES DE UNA EMPRESA ÉTICA

Lo importante a destacar en la dinámica organizacional, es que la ética está presente en ella; y fundamenta la conducta de los miembros interactuantes en la organización, basada en valores compartidos para el cumplimiento de sus objetivos.

Cortina, sostiene "La dificultad que existe para la aplicación y expansión de la ética a nivel empresarial, denotada por la incongruencia entre el **deber ser** y **la práctica** de la organización, debiéndose ser validada por la gerencia". (Cortina, 1996)

La eticidad organizacional es la ética proactiva, en cuanto a los clientes internos, como miembros de la realidad de la institución y los externos, quienes deben ser interlocutores valiosos, en relación a la información que proporcionen para la contribución al conocimiento a crear para integrar intereses, creencias y valores; que contribuyan a la conducción de la organización; para dar una respuesta conforme a las exigencias de la determinada sociedad donde interactúa.

Lo fundamental en la ética organizacional, es la esencia frente a principios, valores y cultura, como factores para construir un proyecto a largo plazo que garantice la perpetuidad de la organización.

Nuevamente, se cita a Cortina, quien afirma: "El centro de la ética empresarial es el descubrimiento y aplicación de valores y normas compartidas por los integrantes o interlocutores de una sociedad en su interacción cotidiana, en un ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere la visualización de la misma como un sistema abierto; según un modelo comunitario, para lograr una responsabilidad social o cabalidad." (Cortina, 1996)

En este sistema abierto y complejo de una empresa, como en todo sistema, existen normas, tal como se refiere Ladriere: "... estas normas señalan límites, que no son suficientes; al considerarse al hombre un sistema libre, abierto a equilibrios múltiples, deseables y otros no". (Ladriere, 1999)



Otro autor como Argandoña, analiza que la ética se puede aplicar a las organizaciones, al menos en tres sentidos, a saber; (Argandoña, 1997)

- La actuación de cada uno de los integrantes de la organización dentro de ella, son atribuibles a la misma, ya que la interacción se lleva a cabo trabajando en equipos.
- La conducta de la persona integrante de una organización, es fuertemente condicionada por la entidad de la cual es parte. Su actuar se condice según el tipo de rol que desempeña y el cual se relaciona al logro de los objetivos.
- En base a un conjunto de normas, costumbres y cultura elaboradas por la organización para ser cumplidas por cada integrante para llegar al logro de los fines propuestos.

Es decir, que la organización al perseguir un fin, trabaja para el logro del mismo, por lo cual esos objetivos deben estar ligados a ciertas estructuras, procesos y políticas con valores éticos y morales que identifiquen a la entidad y la lleven por el camino del marco a cumplir dentro de las actividades económicas de la misma.

6. ¿QUÉ APORTA LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA ELABORACIÓN DE BALANCES SOCIALES?

La ética empresarial intenta dar un encauce crítico en los distintos niveles de la teorización económica respecto al comportamiento, dado su posicionamiento como un conocimiento práctico y aplicado. De esta manera, se lleva a cabo reconstruyendo presupuestos sobre las normas inherentes a la actividad empresarial, debiendo acreditar o no las acciones, comportamientos y las decisiones de las instituciones, organismos, empresas o entidades económicas implicadas, es decir de los distintos grupos de interés involucrados.

Delimitando a los diferentes grupos de interés o stakeholders con sus respectivos intereses u objetivos planteados, se llega a comprender las obligaciones morales de los grupos intervinientes y de las distintas



perspectivas, y para poder visualizar y medir el grado de acuerdos alcanzados entre los grupos participantes, y evaluar si se ha llegado a un acuerdo justo, por lo cual aquí el papel preponderante de la ética empresarial toma importancia.

Para lograr esta operatividad de la medición de la validez de los acuerdos alcanzados entre la responsabilidad social y ecológica, es el Balance Social que como instrumento de gestión es utilizado mediante el aporte de la ética empresarial, que responde a las actuales y vigentes exigencias de la relación entre empresa y sociedad.

Es el objetivo final de la implementación de un acceso metodológico como lo es el Balance Social, de presentar una visión globalizadora de la empresa, a través de un mapa de relaciones que definen la actividad de la organización económica, otorgando una dimensión de la implicancia en cada una de las acciones y decisiones tomadas en los distintos stakeholders y de cada empresa en particular según el tipo de objetivos y expectativas que persigan.

7. REFLEXIÓN FINAL

Por lo expuesto, la empresa actual tiene una responsabilidad en lo moral respecto a sus decisiones y acciones, es decir, una dimensión ética; y se destaca la importancia de los marcos normativos para regular el comportamiento organizacional.

Entonces, podríamos deducir que el objetivo final de la empresa es mostrar su actuación ética. Y la herramienta para hacerlo es el balance social ético. Su correcta elaboración garantiza que la información resulte un factor esencial para la gestión empresarial y para la credibilidad social de la empresa.

El balance social ético se deberá instrumentar con indicadores sociales, desarrollados por la Contabilidad social, que midan las consecuencias del crecimiento económico y el bienestar social. Esto permitirá valorar lo realizado en relación a los objetivos propuestos.



CAPÍTULO N° 5:

“LA CONTABILIDAD SOCIAL: Modelos, Indicadores y Resolución Técnica”



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la Contabilidad es un concepto que no sólo abarca el campo económico-financiero, sino que también y gracias a un cambio del pensamiento contable, incluye lo social y ambiental, favoreciendo la obtención de logros empresariales y permitiendo mejoras para la organización y la sociedad.

Innumerables son los factores que llevan a las organizaciones a explorar nuevas consideraciones que les otorguen mayor legalidad frente a la sociedad.

Es así, que cobra relevancia la Contabilidad Social, cuyo objetivo es servir de instrumento para medir, confeccionar y publicar las acciones sociales, sus impactos positivos y negativos.

A medida que avancemos en éste capítulo, se tratará de responder a los siguientes interrogantes: concepto, objetivos, características, origen de la Contabilidad Social y su Resolución Técnica, distintos enfoques, elementos e importancia de la misma, modelos e indicadores de responsabilidad social, relación de la Contabilidad Social con la responsabilidad social empresaria.

1. LA CONTABILIDAD SOCIAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y RESOLUCIÓN TÉCNICA

1.1. CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS

Para comenzar, tomaremos la completa definición del especialista británico en contabilidad social ROB GRAY, quién señala que... "(La Contabilidad social es)... la preparación y la publicación de información sobre las interacciones y actividades de carácter social, medioambiental, vinculadas a los recursos humanos, a la comunidad, a los clientes, entre otras, de una organización y, cuando sea posible, las consecuencias de dichas interacciones y actividades. La Contabilidad social puede contener información financiera pero es más



deseable que consista en una combinación de información no financiera y cuantificable, por un lado, e información no cuantificable y descriptiva, por el otro (...)." GRAY (2000, P.3).

Como todos sabemos uno de los activos más codiciados por las empresas es la reputación y el cómo se encuentra instalada frente a la opinión y visión de la sociedad de la cual forma parte; que la empresa se preocupe por ésta y colabore en el bienestar de sus empleados y del entorno es un valor intangible difícil de medir, pero no imposible, en los últimos años se ha vuelto cada vez más imprescindible su medición ya que sin duda el valor de este activo pondría a la empresa en lo más alto de la opinión pública generando un fuerte impacto tanto interno como externo.

Entonces, la contabilidad social es la forma de transmitir, transparentar y constatar la "actitud social" de la empresa en su entorno más próximo.

1.2. OBJETIVOS

La contabilidad social considera al desarrollo sustentable como uno de sus objetivos; esto implica una responsabilidad de parte de la empresa para con la sociedad, incluye su interacción con el medio ambiente, aún a costa de disminuir la rentabilidad de la empresa.

1.3. RESOLUCIÓN TÉCNICA 36 Y 44 (VER ANEXO VI Y VII)

2. LA CONTABILIDAD SOCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES

Como se viene diciendo a lo largo de esta investigación, la contabilidad es un instrumento esencial para la toma de decisiones de sus usuarios, dado que estos han ido incrementándose a medida que evoluciona la importancia que da la empresa a lo social, el abanico de usuarios ha integrado a varios agentes sociales que hoy en día hacen uso de tal información como trabajadores, sindicatos, diversos organismos públicos, ONG, investigadores, entre otros.



La información que suministra el informe de contabilidad social permite observar cómo impacta el accionar de determinadas empresas en el entorno donde se encuentran, se puede decidir si una institución puede o no continuar operando, basándonos en el impacto social que pudiera ocasionar. Dejando de lado si esto pudiera traer repercusiones económicas.

Un ejemplo claro es un hospital o un colegio, cerrar alguno de ellos provocaría un gran daño, dejaría a muchas personas sin trabajo, sin atención médica o educación a miles de habitantes de la comunidad.

Por estos motivos la contabilidad agrega cada vez más información, para dar respuesta a su mayor número de usuarios, contribuyendo a mejorar y facilitar sus posiciones a la hora de enfrentar una toma de decisión.

3. TEORÍAS Y ENFOQUES DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

La Contabilidad como disciplina, ha tenido una acentuada tradición patrimonialista, con un importante enfoque económico-financiero relativo a los Estados Contables para terceros. Estudia la realidad económico-social, incluyendo las diversas especialidades contables.

La Contabilidad puede segmentarse en:

Contabilidad patrimonial: relativo especialmente a la información sobre patrimonio, es decir, recursos económicos y obligaciones económicas.

Contabilidad gerencial: alude al cumplimiento de objetivos organizacionales fundamentalmente y no exclusivamente económicos.

Contabilidad gubernamental: refiere a aspectos patrimoniales y de realización de objetivos legales.

Contabilidad macroeconómica: todo lo que concierne a la situación de grandes agregados respondiendo a Teorías Económicas.



Contabilidad social (macro y micro): relativo a objetivos sociales, principalmente.

El fin de la Contabilidad es recurrir a instrumentos de información preparados para adquirir conocimientos de la parte de realidad considerada.

La Contabilidad Social, es la más novedosa especialidad contable. Por tanto, aún no existe homogeneidad en cuanto a su contenido, campo de actuación, su discurso. Es así que ante una misma acción generadora de impactos sociales, pueden tomarse diferentes enfoques de análisis y concluir elaborando contablemente impactos distintos.

Desde la óptica de la empresa, la Contabilidad Social es aquella que considera la información que origina la entidad para mostrar diversos aspectos sociales sobre los que puede influir su actividad. Ejemplo: el medioambiente, los empleados, la comunidad, etc.

Pueden distinguirse las siguientes Teorías de la Contabilidad Social:

- De mercado o funcionalista: los razonamientos en los que se sustenta para explicar la presentación de la información son los vinculados con el mercado. Se sostiene en justificaciones puramente económicas. Las ideas fundamentales de soporte son:
 - El propósito de la información de tipo social es brindar datos beneficiosos a los accionistas y mercados de capitales, debido que ésta puede incidir en la estimación positiva o negativa de las acciones.
 - El inversor es el beneficiario básico de la misma.
 - La mayor satisfacción social se obtiene a través del libre mercado.

- Radical: basado en líneas de pensamiento con una formulación crítica sobre la situación actual, así como un rol diferente para la contabilidad. Las características esenciales son:



- El mercado debe ser anulado o perder su predominio como centro de asignación de recursos.
 - Las empresas están estructuradas y trabajan para aprovechar las relaciones de poder.
 - Los profesionales desconocen el alcance para el que la disciplina fue y es concebida dentro de la sociedad.
 - La contabilidad debe evolucionar para dar cuentas de las relaciones sociales de una manera más amplia.
 - La literatura sobre contabilidad social es insuficiente.
-
- Social o interpretativo: la información social importa a la administración, organismos públicos, clientes, empleados, público en general, etc., y no sólo está destinada al inversor. Existe pluralidad de usuarios. Esta consideración se explica en diversos enfoques:
 - Contrato social: las organizaciones poseen un contrato tácito con la sociedad, por el cual cuentan con el apoyo legal y la aprobación para tener y utilizar recursos naturales y contratar empleados. La exposición de información social constituye la manera de justificar la utilización de esos recursos y los resultados conseguidos.
 - Legitimidad organizacional: expone la presentación de la información social con el propósito de obtener la aceptación de la sociedad.
 - Teoría de stakeholders: se da a conocer la información social por la gran cantidad de grupos de interés que aprovecharán la misma, y sin cuyo soporte, correría riesgo la existencia de la organización.

4. ELEMENTOS E IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

Los elementos que integran la contabilidad social son:

- Los individuos que van a llevar a cabo la actividad económica.
- Actuaciones bilaterales o mutuas de tipo económico, tenidas en cuenta por la contabilidad.



- Los bienes y servicios, que componen la base de las transacciones y son su fin económico.

La Contabilidad Social intenta la combinación de las áreas contables con las áreas sociales, de allí su importancia, y esto debido a:

- Las expectativas de las personas, consumidores, autoridades e inversores en el contexto de la globalización han cambiado.
- Las cuestiones sociales, influyen cada vez más en las decisiones de inversión de organizaciones y personas.
- Mayor preocupación por el daño medioambiental que ocasiona la actividad económica.
- La necesidad de más transparencia de las actividades empresariales.

La Contabilidad Social brinda información a los diversos grupos de interés que toman decisiones, permitiendo medir de forma clara los impactos positivos y negativos provocados en el entorno.

5. MODELOS E INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

5.1. MODELOS

Cuando hablamos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), tema desarrollado en el capítulo N° 2, se dijo que es una nueva forma de gestión, donde las empresas abordan sus compromisos y la manera de relacionarse con los grupos de interés o stakeholders. No existe un modelo uniforme para la aplicación de RSE en las organizaciones, que satisfaga las necesidades que muchas veces son contrapuestas.

Por ello, para adoptar un modelo base para la aplicación de RSE, debe tenerse en cuenta entre otras cosas, los objetivos planteados y valores fundamentales que definen a cada empresa, como las responsabilidades hacia los grupos de interés, que deben formar parte de la política de la empresa, que obliga a sumar la dimensión ambiental y social a las políticas empresariales, en base a los planes establecidos y también a las estrategias de negocio a aplicar, para



luego evaluar los resultados en estos ámbitos y realizar auditorías sociales y ambientales, estableciendo mejoras continuas.

Un modelo que se podría aplicar, sería incorporar a todos los actores intervinientes en una empresa, realizando en forma conjunta políticas ambientales y sociales responsables, que contribuyan al beneficio de la sociedad; como en el siguiente cuadro;

MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA
Definición de una política social de la empresa
Apoyo de la Alta Gerencia
Comunicación y participación de todos los niveles
Fijación de objetivos, planes, presupuestos y metas
Control
Reformulación de objetivos y metas (si correspondiera)

5.2. INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Los indicadores, son herramientas para medir, controlar cualitativa y cuantitativamente; el comportamiento en los distintos ámbitos; medioambiental, económico y social, propuesto por el GRI (Global Reporting Initiative), uno de los modelos metodológicos, para la elaboración de Balance Social, mencionados en el desarrollo del capítulo N° 1.

El GRI, propone los siguientes indicadores según el comportamiento en los diferentes ámbitos, a saber;

a) Sobre comportamiento medioambiental:

- Consumo total de energía



- Consumo de energía renovable
- Consumo total de materias primas (toneladas o kilogramos): recicladas, sustancias químicas peligrosas, etc.
- Consumo total de agua (litros o metros cúbicos): reciclada, etc.
- Emisiones, vertidos y residuos (toneladas o kilogramos): emisiones de gas invernadero, sustancias dañinas para el entorno, otras emisiones o vertidos al agua, al aire o al suelo.
- Consumos generados por el transporte: viajes de negocios, desplazamientos del personal, distribución de los productos, etc.
- Impacto del uso de los productos y servicios ofrecidos: reciclaje de los productos una vez utilizados, información sobre la utilización ecológica de los productos, etc.
- Sanciones por comportamiento medioambiental incorrecto.

b) Sobre comportamiento Social:

b.1.) Empleados:

- Tasas de permanencia de los empleados.
- Pruebas de la orientación de los empleados hacia la visión organizativa.
- Pruebas del compromiso de los empleados en la toma de decisiones.
- Niveles de satisfacción en el trabajo.
- Tasas de absentismo (días perdidos).
- Inversión por trabajador en prevención de enfermedades y seguridad en el trabajo.
- Gastos salariales totales.
- Relación entre salario más bajo y el mínimo nacional legal.
- Porcentaje de mujeres entre los mandos superiores e intermedios.
- Litigios o demandas por discriminación.
- Relación entre el presupuesto de formación y costes de funcionamiento.
- Quejas de los empleados.

b.2.) Derechos Humanos:



- Incidentes verificados por no conformidad con las leyes sobre trabajo Infantil.
- Representación de las minorías y los indígenas en los procesos de toma de decisiones.
- Reconocimiento del derecho a la libertad de asociación: facilidades para la afiliación.
- Explotación de las personas: horas extras obligatorias.
- Seguridad de las instalaciones y reparación de daños a las víctimas de accidentes laborales.

b.3.) Desarrollo de la Comunidad:

- Empleados por tipo y país.
- Empleados que colaboran en proyectos sociales.
- Filantropía y donaciones benéficas.
- Impuestos pagados a las autoridades fiscales.

b.4.) Clientes y proveedores:

- Nivel de satisfacción de los clientes: quejas y reclamaciones, etc.
- Cumplimiento de los contratos con los proveedores: pagos, reuniones, colaboración, etc.

b.5.) Propietarios y accionistas:

- Retribución del capital: Dividendos, valoración acciones.
- Transparencia informativa sobre gestión y resultados.
- Inversiones éticas.

c) Otros indicadores integradores:

- Salarios, inversión en formación, accidentes de trabajo o cualquier otro indicador comparado con las cifras nacionales, regionales o sectoriales.
- Efecto de las emisiones y vertidos sobre la salud humana.
- Eco-eficiencia de los productos y servicios (unidad de servicio por unidad de influencia medioambiental).



6. RELACIÓN DE LA CONTABILIDAD SOCIAL CON LA RSE.

En este punto podemos afirmar, que la responsabilidad social de una empresa, es inherente a la cultura organizacional de la misma, y la falta de moral y ética que exista en una organización, es el problema principal, ya que las empresas participan en el impacto social que mide la Contabilidad dentro del medio en el que se desarrollan, y por lo cual la responsabilidad social está ligada a través de políticas aplicadas o por ausencia de las mismas, por el sistema de gestión o vicios empresariales.

Existe entre la Contabilidad Social y la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) una estrecha vinculación, al relacionar en los informes contables, el nivel de compromiso de la entidad utilizando los recursos que el medio le brinda y poder evaluar el impacto social de dichos actos.

Esto nos lleva a entender, que la responsabilidad social también debe considerar los actos que se realizan y los que se omiten; antes, durante y después de llevarlos a cabo de manera que procure la preservación y desarrollo de los mismos, de manera sustentable. Y la Contabilidad Social, además de enfocar los resultados en el bienestar de la organización, también orientarlos a la comunidad primaria, local y a la sociedad en su conjunto.

Los informes que elabore la Contabilidad, son el resultado del impacto de la aplicación de Responsabilidad Social Empresaria; estos informes deben ser precisos y veraces sobre la realidad de la empresa a través de la Contabilidad, de los cuales la alta gerencia se funda para la toma de decisiones, que beneficien a la estrategia de la entidad y cómo afecta a la sociedad.

7. CONCLUSIÓN

Luego de todo este desarrollo previo, concluimos que las empresas se desenvuelven en una constante interacción con sus grupos de interés, accionistas, empleados, proveedores, clientes, etc. Estos usuarios de la información contable requieren, no sólo el resultado financiero obtenido, sino también, de qué forma se contribuye con el desarrollo.



Esto, le exige a la Contabilidad mayor información. La misma debe incluir datos de bienes tangibles e intangibles, estos últimos, difíciles de medir aún, pero constituyen un valor estratégico para las empresas.

La Contabilidad debe concientizar acerca de lo relevante de comunicar el aspecto social de la empresa, mostrando sus impactos positivos y negativos.

La labor contable es trascendental, del desarrollo y aplicación de la Contabilidad Social dependerá que los informes socioeconómicos aporten para un gerenciamiento socialmente responsable.



CONCLUSIÓN GENERAL

Llegamos al final de nuestra investigación y podemos concluir que si bien la aplicación y difusión del Balance social en muchos países del mundo es un hecho, en Latinoamérica existe cierta resistencia aun hacia este nuevo concepto de gestión empresarial, sobre todo en medianas y pequeñas empresas, por diversos motivos como falta de información, ausencia de modelos para su efectiva utilización, entre otros, asimismo, debemos reconocer que el aporte que brinda el Balance social es de gran valor.

Las empresas necesitan contar con un instrumento que mida los elementos sociales y ambientales, que complemente al Balance económico. El **Balance social**, se presenta como la herramienta indispensable para dar valor a la acción social. Es importante que los empresarios adviertan que aporta una visión más completa, no limitada al aspecto económico, que permite una mejor toma de decisiones.

Es la **Contabilidad social**, quien a través de ciertos indicadores, se encargará de medir, confeccionar y publicar las acciones sociales, sus impactos positivos y negativos.

A partir de la medición de los logros sociales y medioambientales, las empresas demuestran que llevan adelante una **gestión socialmente responsable** y este valor estratégico otorga mayor transparencia por parte de la sociedad.

Para brindar credibilidad a los datos expuestos, tanto los informes contables como los **informes de Balances sociales**, deben respaldar la información a través de un tercero, profesional independiente externo, quien empleando técnicas y procedimientos, obtiene pruebas para verificar o no la declaración del ente.

La rendición de cuentas es trascendental al momento de planear una estrategia de desarrollo sustentable, debido a que la legitimidad sólo será posible a través



de la colaboración y combinación de intereses entre los distintos grupos afectados e implicados. Para la **ética empresarial**, las empresas deben buscar tomar decisiones y acciones tendientes al diálogo y posterior acuerdo de todos los grupos involucrados. Si la cultura empresarial actúa con conciencia social, generará impactos positivos.



BIBLIOGRAFÍA

Chapman, William L.: "El Desarrollo de la Contabilidad Social en América Latina". V Conferencia de Facultades y Escuelas de Contaduría de América Latina. Trelew- Buenos Aires. Octubre de 1988.

Cracogna, Dante (1980) "El Balance Social en la Empresa". Revista de Administración de Empresas N° 124. Buenos Aires. Págs. 318 y ss.

Campos Menéndez, Hernando (1978) "El Balance Social". Cuadernos de Empresa. Asociación Cristina de Dirigentes de Empresas (ACDE) N° 12. Buenos Aires. Separata Revista de Empresas N° 44.

García Echeverría, Santiago (1978) "Balance Social de la empresa. Posibilidades y límites operativos en su implementación actual". Revista Alta Dirección N° 65. Barcelona. Págs. 167 y ss.

Fernández Lorenzo, Liliana E. Geba, Norma E. "Contabilidad Social y Gestión en ONGs" Revista Venezolana de Gerencia v.10 n.32 Maracaibo dic. 2005.

Friedman, Milton (1995) "La responsabilidad social de los negocios es aumentar las utilidades" Editorial Norma. P 195-204.

Drucker, Peter (2000) "La Gerencia". Ed. Ateneo – Bs. As.

Buchholz, R. y Rosenthal, S. (2001) "Responsabilidad social y ética en los negocios" en Frederick, R. "La ética en los negocios" Ed. Oxford. México, p. 367.

Guédez, Víctor (2006). "Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial". Caracas: Venezuela. Editorial Planeta.



Pizzolante, Ítalo (2009a). "De la responsabilidad empresarial a la empresa socialmente responsable". Madrid: España. Ediciones Ciencias Sociales.

[www.comunicarseweb.com.ar/.../1351615120 diez años rse en argentina](http://www.comunicarseweb.com.ar/.../1351615120_diez_anios_rse_en_argentina) 10 años de RSE en Argentina - ComunicaRSE ... consultado 04/02/16

www.lavoz.com.ar/suplementos/negocios/rse-se-expande-cordoba La RSE se expande en Córdoba | La Voz del Interior. Consultado 26/01/16

Manual para la preparación e implementación del Balance Social en el Uruguay, DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social).

Elkins, A., (1984) "Administración y Gerencia Estructurada, funciones y práctica"; Ed. Fondo Educativo Interamericano, Pág. 448.

Julián Pérez Porto y Ana Gardey (2009). Definición de código de ética (<http://definicion.de/codigo-de-etica/>).

Savater, Fernando (1991) "Ética para Amador" Editorial Ariel.

Cortina, Adela (1996) "Ética en la empresa" Capítulo 4. Editorial Trotta, España.



LADRIERE, Jean (1999) "L'etica nell'Universo della Razionalità. Ed. Vita e pensiero. Milano. p.

ARGANDOÑA RAMIZ, Antonio (1997). ¿Qué es lo que diferencia a una empresa ética. En: Ética y empresa una visión multidisciplinar. Fundación Argentaria. Vol. V. Visor (Dis, S. A.). Colección Economía Española. Páginas: 167-182.

Gray, R. (2000). Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting & attestation: a personal perspective (Draft 2B). United Kingdom: University of Glasgow.

Las páginas de Internet consultadas;

<http://www.ilo.org/>

www.globalreporting.org

www.accountability.org

www.balancosocial.org.br

www.csreurope.org/matrix



ANEXO I

ENCUESTA A LÍDERES DE OPINIÓN

En este apartado presentamos los resultados de la encuesta que hemos realizado a más de 100 líderes de opinión en RSE de Argentina con el objetivo de establecer un diagnóstico sobre cómo ha evolucionado la temática en la última década y poder tender líneas hacia el futuro.

Objetivos

Realizar un balance general del nivel de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria de Argentina durante la década 2002-2012 desde la perspectiva de los líderes de opinión. Identificar las problemáticas que incidirán con mayor fuerza en la agenda del desarrollo sustentable en Argentina en la próxima década.

Metodología

La investigación se basa en una encuesta online auto administrada, realizada entre enero y junio de 2012. De la muestra, no probabilística e intencional, participaron líderes de opinión en Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad de Argentina de los sectores empresario, académico, social y gubernamental. El cuestionario constó de 25 preguntas de modalidad cerrada de opción múltiple y dicotómica; abierta y semiabierta; y de escala de valoración.

PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

Para la presente investigación se convocó a 181 líderes de opinión de los cuales respondieron 105. Más de la mitad (58%) pertenece al sector empresarial, seguido por miembros del tercer sector (12%) y del mundo académico (10%). (Gráfico No. 1). Ha sido levemente mayor la participación masculina a la hora de contestar Gráfico No. 2).

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LA RSE

[gráfico n°1]

58% Empresa
12% Tercer sector
11% Otro
10% Universidad



6% Medios
2% Estado
1% Organismo internacional

GÉNERO DE LA MUESTRA

[gráfico n°2]

55% hombres
45% mujeres

Resultados

DENOMINACIÓN DE LA RSE

La forma de nombrar al tema ha ido evolucionando con el correr de los años. Transcurrida esta década, decidimos indagar cuáles han sido las de mayor consenso según los referentes. Si bien la instalación de la Sustentabilidad como forma de denominación es un fenómeno reciente (en el estudio "Gestión de la RSE" realizado por ComunicaRSE en 2008 (6) sólo un 28% tomaba a la Sustentabilidad como denominación preferencial). Sin embargo, aquí podemos ver que una amplia mayoría (69%) coincidió en que la mejor denominación es "Sustentabilidad", mientras se percibe que el concepto de "RSE" ha quedado relegado, obteniendo sólo un 10% de los votos. (Gráfico No.3).

MEJOR FORMA DE DENOMINAR HOY AL DESEMPEÑO RESPONSABLE EN LA TRIPLE LÍNEA DE RESULTADOS

69% Sustentabilidad
11% Otro
10% RSE
5% RC
RSC
3% Ciudadanía
Corporativa
2%

[gráfico n°3]

MODELOS DE GESTIÓN DE LA RSE

Cómo implementar la RSE dentro de las compañías es siempre motivo de debate.

Diferentes modelos han sido utilizados con el correr del tiempo y en empresas de los rubros más diversos. Aquí podemos observar que hay una alta valoración



(57%) de las gerencias específicas de RSE, seguida por el modelo de gestión transversal como es el comité (26%). (Gráfico No.4). Por otra parte, se percibe menos relevancia de las fundaciones a la hora de gestionar el tema y una baja aceptación de la intervención de otras áreas gerenciales no especializadas. Estos últimos cinco años han servido para consolidar el modelo de gerencia específica en RSE. Por caso, un estudio realizado por ComunicaRSE en 2007 mostró que apenas 18 de 51 grandes empresas contaba con área específica. (7)

MODELO DE GESTIÓN DE LA RSE DENTRO DE LAS EMPRESAS QUE MEJOR HA FUNCIONADO EN ESTOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

57% Gerencia de RSE
26% Comité de RSE
6% Gerencia de otro ámbito que asume funciones de RSE
6% Otro
5% Fundación
[gráfico n°4]

1

CONSOLIDACIÓN DE LA RSE

Esta sección analiza el grado de desarrollo que ha alcanzado la RSE a partir de indicadores sobre su inserción estratégica, los impulsos y barreras que ha encontrado en su camino y la valoración de sus issues fundamentales.

Nivel de desarrollo de la temática

Los resultados muestran que la RSE y la Sustentabilidad se encuentran en un nivel de desarrollo intermedio según la mirada de los líderes de opinión (69%). Incluso, un porcentaje alto de ellos (30%) sostiene que aún se mantienen en una fase inicial. La percepción de un estadio avanzado de la temática en el país es casi inexistente (1%). (Gráfico N° 5).

NIVEL DE DESARROLLO DE LA TEMÁTICA EN ARGENTINA

[gráfico n°5]

69% Intermedio
30% Inicial
1% Avanzado

Calificación de los temas que marcaron agenda

¹ (6) Informes ComunicaRSE, "Gestión de la RSE en la Argentina", Argentina, 2008. Pag. 8.

(7) Informes ComunicaRSE, "Comunicación Interna y RSE", Argentina, 2007. Pag. 7.



Se pidió a los líderes de opinión encuestados que califiquen de 1 a 5 un conjunto de temas según el nivel de importancia que tuvieron en la agenda de la RSE en Argentina durante los últimos 10 años. Se tomó como referencia para la selección temática las materias generales fundamentales de los indicadores internacionales más usuales.

El que obtuvo mayor puntuación (3,8 puntos sobre 5) fue la Inversión Social en la Comunidad. Se evidencian avances en Medio Ambiente (3,1) y Público Interno (2,9); quedando como cuenta pendiente la Cadena de Valor (Clientes 2,4 y Proveedores 2,23). (Gráfico N° 6). Este sesgo hacia la dimensión social de la agenda de la Sustentabilidad ha sido registrado por diversos estudios. En 2008 una investigación realizada por ComunicaRSE mostró que un 48% de las acciones, programas y políticas de las empresas estaban dirigidas a las relaciones con la comunidad. (8)

CALIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE MARCARON AGENDA

[gráfico n°6]

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

Tema- Puntuación

Inversión Social en Comunidad	3,8
Ambiente	3,1
Público Interno	2,9
Clientes	2,44
Proveedores	2,23
Transparencia y Gobierno Corporativo	2,29

Impulsores en la adopción de la RSE

Sobre los motivadores de la RSE con mayor influencia, la Reputación obtuvo la mayor puntuación (4,3 sobre 5), seguida por las directivas de casa matriz (3,8) y la licencia social para operar (3,1). (Gráfico N° 7). Estos resultados muestran una gran influencia de las multinacionales en el impulso de la temática y la instalación

de un modelo de gestión basado en el desempeño comunicacional, con miras a obtener la aprobación de las sociedades en las que se desempeñan.

El beneficio reputacional de la RSE se mantiene firme desde 2009 donde se mostraba a la Reputación como el principal driver, obteniendo una puntuación de 8,8 sobre 10. (9) También surge que la presión de los inversionistas (2,4) y de los marcos regulatorios (2,2) no han jugado un papel importante hasta la fecha a la hora de promover la RSE. Lo mismo sucede con las exigencias de la cadena de valor (2,5). A diferencia de los mercados desarrollados, la



Investigación muestra que las empresas no estarían viendo a la RSE como un sistema de gestión de prevención de riesgos regulatorios futuros. (Gráfico N°7).

CALIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE MARCARON AGENDA

[gráfico n°7]

Tema-Puntuación

Reputación	4,3
Directivas de Casa Matriz	3,8
Licencia social para operar	3,1
Consumidores	2,7
Medios de Comunicación	2,6
Acceso a Mercados Financieros	2,5
Exigencias Cadena de Valor	2,5
Retención de talento	2,4
Presión de Accionistas e Inversores	2,4
Presiones regulatorias	2,2

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

Barreras para el desarrollo de políticas de RSE

A nivel general, más de la mitad de los encuestados (56%) considera que la principal barrera para el desarrollo de políticas de RSE es la falta de acompañamiento de la alta dirección. Aquí podemos inferir que los directivos no la estarían considerando como un valor estratégico, con lo cual su implementación en las compañías corre el riesgo de darse de manera superficial. Por otra parte, las demás menciones pusieron como obstáculos al escepticismo (14%), la falta de incentivos (12%) y el clima social de desconfianza (7%); lo que muestra que quienes han implementado estas políticas han tenido que lidiar con un escenario que no era el ideal para hacerlo. Por el contrario, esto revelaría que si existiesen mejores estímulos del contexto la RSE podría tener un impulso mucho mayor al que ha tenido en la última década. Tanto para los líderes del sector privado como para el resto de los sectores, la falta de compromiso de la alta dirección es considerada como la principal barrera. (Gráfico N°8).



PRINCIPAL BARRERA A LA HORA DE DESARROLLAR POLÍTICAS DE RSE

[gráfico n°8]

Barreras

Falta de compromiso de la AD	52%	57%
Escepticismo	20%	7%
Costos	13%	10%
Falta de Incentivos	8%	19%
Clima social de desconfianza	7%	7%

Líderes del sector privado

Líderes que no pertenecen al sector

²

GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

Un aspecto que siempre surge a la hora de hablar de la comunicación de la RSE es su correspondencia con la gestión propiamente dicha. O sea: se hace más de lo que se dice, se dice más de lo que se hace, o ambos conceptos están equilibrados? Tal como muestra el Gráfico N°9, desde afuera de la empresa se percibe una preminencia del "paradigma comunicacional" de la RSE por encima del "paradigma de gestión".

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LA RSE

[gráfico n°9]

Comunicaron más de lo que hicieron	61%	39%
---	-----	-----

² (9) *Informes ComunicaRSE, "Comunicación externa de la RSE en la Argentina", Argentina, 2009. Pag. 34*

(10) *Informes ComunicaRSE, "La RSE en los Recursos Humanos", Argentina, 2011. Pag. 17*



Comunicaron menos de lo que hicieron	21% 12%
Comunicaron acorde a lo que hicieron	40% 27%

Líderes del sector privado
Líderes que no pertenecen al sector

Estos resultados se complementan cuando vemos que la mayoría de los encuestados (65%) perciben una falta de correlato entre la gestión real de las empresas y el contenido que se publica en los Reportes de Sustentabilidad. (Gráfico N° 10). Este escenario podría obedecer a que los líderes de opinión aun perciben falta de madurez conceptual y de transparencia en este tipo de informes.

NIVEL DE CORRESPONDENCIA ENTRE EL CONTENIDO DE LOS REPORTES Y LA GESTIÓN REAL DE LAS EMPRESAS

[gráfico n°10]

- 65%** Nivel de correspondencia medio
- 22%** Nivel de correspondencia bajo
- 10%** Nivel de correspondencia alto
- 3%** No encuentran relación

ACTORES QUE PROMUEVEN LA RSE

Las diferentes instituciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria han jugado roles distintos en lo que atañe a su promoción en Argentina. Algunas han estado a la vanguardia, otras en cambio han tenido un vínculo más tangencial con el tema. Según puede verse en el Gráfico N°11, los referentes consideran que la sociedad civil en su conjunto ha tenido un papel activo en la promoción de la RSE. La puntuación más alta (3,6 sobre 5) fue para las asociaciones ambientalistas y con una diferencia mínima (3,4) le siguen en importancia los organismos internacionales que continúan marcando el rumbo junto a la academia (3,1). Cabe destacar que dentro del amplio universo de la sociedad civil las asociaciones ambientalistas están teniendo más peso que las de consumidores, y los sindicatos parecen estar al margen de la promoción de la

RSE en el país. Esta tendencia coincide con la Investigación 2009 de ComunicaRSE (11) que arrojó que los sindicatos eran el grupo con menor interés por la RSE (38%), y con la Investigación 2010 (12) donde este actor aparece sólo con el 2% de las consideraciones.³

³ (11) *Informes ComunicaRSE, "Comunicación externa de la RSE en la Argentina", Argentina, 2009. Pag. 30*

(12) *Informes ComunicaRSE, "Reportes de Sustentabilidad en Argentina" Lecciones y Aprendizajes, Argentina, 2010. Pag. 30*



COMPROMISO DE LOS ACTORES

[gráfico n°11]

Compromiso de los actores en la promoción de la RSE-Puntuación

Asociaciones Ambientales	3,6
Sociedad Civil	3,3
Organismos internacionales	3,4
Academia	3,1
Medios de Comunicación	2,7
Asociaciones Consumidores	2,5
Gobierno	2,2
Sindicatos	1,7

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

Sector público

En el plano de la RSE puede, por ejemplo, generar un marco legal para regular la actividad, incluir planes de contratación pública responsable que eleven el marco en el que se desempeñan los negocios; generar alianzas con el sector privado y la sociedad civil para solucionar problemas de manera innovadora; destacar buenas prácticas; etc. Sin embargo, los resultados de la Investigación muestran que el sector público está siendo percibido como poseedor de una actitud tardía (35%) y pasiva (30%) frente a la temática. (Gráfico N°12). Por el contrario, frente a la pregunta sobre la necesidad de un marco legal de referencia para la RSE más de la mitad de los encuestados (52%) se pronuncia en contra, dejando entrever que prefieren encontrar un Estado que acompañe y no que regule el camino a transitar. A pesar de ello, también hay que destacar que es alto el porcentaje

(38%) de quienes sí consideran que hacen falta leyes en el mundo de la Responsabilidad Social Empresarial.

En el Gráfico N°13 se pueden ver estos resultados desglosados en función de los rubros a los que pertenecen los encuestados.

PALABRA QUE DESCRIBE MEJOR LA ACTITUD QUE HA TENIDO EL SECTOR PÚBLICO CON RESPECTO A LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[gráfico n°12]

35%	Tardía
30%	Pasiva
12%	Indiferente
11%	Regulatoria
8%	Comprometida
3%	Promotora
1%	NS/NC



NECESIDAD DE UN MARCO LEGAL DE REFERENCIA PARA LA RSE

[gráfico n°13]

SI	45%
	32%
NO	58%
	45%
NS/NC	10%
	10%

Líderes del sector privado

Líderes que no pertenecen al sector

Medios de Comunicación

Los Medios cumplen una labor importante a la hora de marcar agenda y generar conciencia en la opinión pública. Según vemos en el Gráfico N°14, la evaluación general de los encuestados revela que los Medios Masivos han tenido una mirada "superficial" (40%) en el tratamiento periodístico de la RSE y su involucramiento ha estado teñido por la "desconfianza" (8%), la "indiferencia" (5%) y el "escepticismo"

(7%); lo que mostraría que para los líderes de opinión los Medios no han sido un factor determinante para el impulso de la Responsabilidad Social Empresaria. Esto se complementa con la percepción general de los encuestados (77%) acerca de la "escasa" presencia que tiene la temática en estos canales de información. (Gráfico N°15)

PALABRA QUE DESCRIBE MEJOR LA ACTITUD QUE HAN TENIDO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON RESPECTO A LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[gráfico n°14]

40%	Superficial
30%	Promotora
8%	Desconfiada
8%	Otro
7%	Escéptica
5%	Indiferente
2%	Profunda

LA PRESENCIA DE LA TEMÁTICA DE LA RSE EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS HA SIDO:



[gráfico n°15]

77% Escasa
22% Suficiente
1% NS/NC
0% Excesiva

Dirigencia argentina

Casi nueve de cada diez líderes de opinión (86%) considera que la dirigencia argentina le ha dado importancia a la Responsabilidad Social Empresarial, pero a una escala intermedia (Gráfico 16). Estos resultados coinciden con la percepción de que la principal barrera contra la RSE es la falta de apoyo de la alta dirección (Gráfico 8).

NIVEL DE IMPORTANCIA DADA A LA RSE POR LA DIRIGENCIA EMPRESARIA ARGENTINA

[gráfico n°16]

86% Algo de importancia
8% Mucha importancia
6% Ninguna importancia

LOS ELEGIDOS DE LA DÉCADA

Se le propuso a los encuestados que escogieran según su criterio al líder empresario y a la compañía que mejor desempeño hayan mostrado en la promoción de la RSE entre 2002 y 2012.

EMPRESAS QUE HAYAN MOSTRADO MAYOR VOCACIÓN POR LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[gráfico n°17]

Arcor	45%
Natura	7%
Bco Galicia	5%
Manpower	3%
Los Grobo	3%
Ninguna	3%
NSNC	5%



Otras **29%**

LÍDER EMPRESARIAL ARGENTINO QUE HAYA MOSTRADO MAYOR VOCACIÓN POR LA RSE EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS

[gráfico n°18]



Pagani **28%**



Grobocopatel

16%

49% Otros

7% Ninguno

TENDENCIAS

A pesar de la poca influencia que ha tenido en esta década, la cadena de valor es considerada como el tema clave que impactará en las agendas futuras de las empresas (42%), seguido de cerca por el medioambiente (41%). Los asuntos vinculados con la gestión de las personas (como conciliación y género) aparecen relegados a un segundo plano, no llegando a superar el 10% de las preferencias.

(Gráfico N°19)

TEMA DE LA AGENDA GLOBAL DE LA SUSTENTABILIDAD QUE IMPACTARÁ MÁS EN LAS EMPRESAS DE ARGENTINA EN EL CORTO PLAZO

[gráfico n°19]

42% Cadena de Valor

41% Ambiente

10% Conciliación

6% Género

1% NS/NC



Los siguientes 4 gráficos muestran qué nivel de presencia tendrán en el plano local algunos temas que hoy forman parte de la agenda internacional de la sustentabilidad.

Con respecto a las herramientas de gestión, se evidencia un cambio de perspectiva en los líderes sobre la incorporación de la ISO 26000 en el corto plazo. En la Investigación "Reportes de sustentabilidad. Lecciones y Aprendizajes" (13) realizada por ComunicaRSE en 2010, su visión era cauta al respecto. Sin embargo, en los resultados del presente trabajo vemos una mayor inclinación hacia la aplicación de la ISO 26000 (Gráfico N°20).⁴

EN LOS PRÓXIMOS AÑOS EL USO DE LA ISO 26000 SERÁ:

[gráfico n°20]

71% Relevante
18% Poco Relevante
10% Muy Relevante
1% NS/NC

¿LLEGARÁ EN EL CORTO PLAZO A ARGENTINA LA MODALIDAD DE REPORTES INTEGRADOS?

[gráfico n°21]

45% Sí
41% No
14% NS/NC

¿LAS EMPRESAS INCORPORARÁN FORMALMENTE A SU ESTRATEGIA DE RSE EN EL CORTO PLAZO LOS PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS LANZADOS POR LA ONU EN 2011?

[gráfico n°22]

40% Sí
40% No
20% NS/NC

¿ARGENTINA TENDRÁ UN ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD EN SU BOLSA DE VALORES EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO?

[gráfico n°23]

6% Sí

⁴ (13) *Informes ComunicaRSE, "Reportes de Sustentabilidad en Argentina" Lecciones y Aprendizajes, Argentina, 2010. Pag. 34*



73% No

21% NS/NC

Por último, casi el total de los encuestados (94%) imagina que en 2022 la influencia que tendrá la sustentabilidad en los negocios será mayor que la actual. Aquí, podemos ver que el desarrollo de la temática continuará en ascenso y marcaría dos décadas de crecimiento paulatino pero constante (Gráfico N°24).

INFLUENCIA QUE TENDRÁ LA SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS DE CARA A 2022

[gráfico n°24]

94% Tendrá más influencia

5% Será similar a la actual

1% Tendrá menos influencia

Conclusiones

La **percepción de los líderes de opinión** es que la responsabilidad social empresarial (RSE) en Argentina ha avanzado en la última década, pero no con el impulso suficiente como para ser un componente estratégico sustancial de los negocios.

La **RSE es más importante hoy** que diez años atrás pero no logró ser relevante en la agenda de los tomadores de decisión. La dirigencia no le asigna una importancia suficiente y esa ha sido una de las principales barreras para el desarrollo de una cultura de negocios responsable. El sector público tampoco ha sido un factor dinamizador y ha tenido una actitud "pasiva y "tardía" ante la RSE.

En cuanto a la **evolución conceptual**, surge con claridad que "sustentabilidad" es el término que se ha impuesto como sucedáneo de RSE y que en el futuro la "cadena de valor" y la "agenda ambiental" tendrán mayor preeminencia sobre la "agenda social" que dominó en estos últimos años.

Se revela El **predominio del "paradigma comunicacional"** de la RSE por encima del "paradigma de gestión". La gran mayoría cree que se comunicó más de lo que se hizo; que los reportes de sustentabilidad no reflejan con exactitud la gestión de las empresas y que la reputación es el principal y casi excluyente motivador.

Con respecto a **otros incentivos**, estarían pesando más los impulsores adoptados voluntariamente por las empresas como la Guía ISO 26000 y los reportes integrados, que las presiones exógenas que pudieran surgir desde los mercados, los Estados o las cadenas de valor.



En lo que atañe a los “modelos de gestión” el trabajo muestra que la “Gerencia de RSE” es el más extendido y valorado en Argentina, complementado, en ocasiones, con un Comité de RSE que aporte transversalidad. Dentro de los temas que más se abordan desde la empresa predomina la “Inversión Social Privada” y quedan “Transparencia” y “Cadena de Valor” como cuentas pendientes hacia adelante.

Casi la totalidad de los líderes de opinión perciben que en el futuro la sustentabilidad tendrá una mayor influencia en los negocios y se necesitarán sistemas de gestión más sofisticados y transparentes.



ANEXO II

RSE y educación

Un foco de las acciones de RSE pasa por el apoyo a proyectos educativos.

Por ejemplo, Telecom Argentina trabaja en Córdoba junto con el Ministerio de Educación en programas como "Senti2 Conecta2", dirigido a docentes y alumnos de 10 a 15 años, apunta a la tecnología en la escuela para disminuir la brecha digital entre adultos y jóvenes y la entre aprendizaje escolar y realidad extraescolar.

Entre 2010 y 2011 también capacitó a 1.100 docentes públicos provinciales (programa Identidad.ar) y este año lanzó un programa para "fortalecer el aprendizaje del lenguaje de señas en el proceso de lectoescritura para niños sordos de entre 5 y 12 años", según explica Cynthia Giolito, gerente del área RSE.

A través del programa Apadrinando Escuelas, Tarjeta Naranja aporta todos los meses a las necesidades educativas de 300 escuelas del país. "En 2011, la inversión alcanzó 521.500 pesos, más 391.510 pesos aportados por 259 comercios amigos", detallan desde la empresa.

Grupo Telefónica cuenta con Aulas Interactivas, un programa que apunta a transformar la educación en escuelas públicas primarias mediante las tecnologías de la información y el acceso a Internet.

"Hay más de 530 escuelas participantes en todo el país", afirma Eduardo Bonal, director de Asuntos Públicos y Responsabilidad Corporativa. En Córdoba, el grupo instaló dos aulas interactivas (que benefician a 150 niños) y una escuela que participa de Parques Nacionales y Escuelas Interactivas en la Quebrada del Condorito.

Por su parte, la cementera Holcim lleva adelante la iniciativa Juntos por la Educación, que busca mejorar las oportunidades educativas de niños y niñas de sectores vulnerables. "Esta acción, que se desarrolla en nuestra ciudad, nació en 2001 a través de una alianza con Fundación Arcor", recuerda María Angélica Clariá, gerente corporativa de Asuntos Institucionales.

RSE y ecología



Otro eje importante de la RSE es el medioambiente. En esa línea, Kimberly-Clark cuenta con su programa Proyectar, que articula varias acciones. Por caso, Sustentabilidad 2015, con objetivos como "reducir 25 por ciento el consumo de agua, el cinco por ciento la generación de gases de efecto invernadero, lograr que

25 por ciento de las ventas netas provengan de productos ambientalmente innovadores y reducir 20 por ciento el impacto ambiental del packaging", dice Fernando Hofmann, director de Asuntos Legales y Corporativos de la Región Austral.

"En cuanto al perfil ambiental, este año las tres plantas de Procter & Gamble en el país disminuyeron su consumo de energía 16 por ciento y 15 por ciento las emisiones de carbono por producto", enumera Cecilia Bauzá, gerente de Comunicaciones de P&G Argentina.

Por su parte, Telecom avanzó en la medición de consumo de recursos utilizados (energía, agua, gas y papel), el reciclado de baterías móviles y, en abril pasado, la certificación de normas ISO para Calidad y Medio Ambiente en procesos técnicos de la red Personal.

En los últimos años, Arcor ha invertido más de seis millones de pesos en acciones para disminuir la contaminación, "en materia de emisión de gases, residuos sólidos y efluentes líquidos, entre otros", enumera Claudio Giomi, gerente corporativo de Sustentabilidad.

RSE y desarrollo

La mejora en la calidad de vida de la comunidad externa es otra clave, a través de programas de fomento del empleo o diversas acciones de promoción social. Por ejemplo, a través del proyecto Juventud y Trabajo para la Inclusión Social, P&G Argentina capacita en Córdoba a 40 jóvenes de escasos recursos de entre 18 y 25 años para promover su inserción laboral.

Por su parte, SAP (firma de aplicaciones de software empresarial) cuenta con programas que impulsan el emprendedurismo entre jóvenes. "Este año estamos apoyando nueve proyectos de emprendedores sociales en distintas áreas comunitarias", destaca Diana Osorio, gerente de Responsabilidad Social Empresarial de la región Sudamérica de Habla Hispana.



Holcim lleva adelante, a través de su fundación, programas que este año canalizarán una inversión social superior a los tres millones de pesos. Una iniciativa destacada se orienta al desarrollo local para que los ciudadanos de comunidades vecinas a las plantas de Holcim tengan mayores y mejores oportunidades de calidad de vida. Desde 2001, ese programa se desarrolla en Malagueño y otras localidades donde el grupo se asienta.

En tanto, la Fundación Arcor invirtió en los últimos años más de dos millones de pesos en diversas acciones de impacto en la comunidad, que beneficiaron tanto a grupos vulnerables como a organizaciones.

RSE y salud nutricional

Los programas de asistencia alimentaria también tienen protagonismo destacado. En Mondelez International (antes Kraft Foods, líder en snacks y golosinas) las acciones de RSE integran un plan global que promueve la educación nutricional para mejorar la calidad de vida de poblaciones vulnerables y niños en edad escolar. Dentro de ellas, se destaca un programa que financia la recuperación de frutas y verduras, con una donación de 150 mil dólares.

“Desde 2009 se han recuperado más de 2.500 toneladas en todo el país y, específicamente en Córdoba, fueron más de 219 mil kilos de frutas y verduras para el Banco de Alimentos local”, dice Pedro López Matheu, director de Asuntos Corporativos y Gubernamentales del Cono Sur.

Tarjeta Naranja colabora hace ocho años con la alimentación y la recreación infantil a través del programa Apadrinando Comedores, que moviliza a más de 150 voluntarios para mejorar la calidad alimentaria de 3.127 niños de 34 comedores de todo el país.



ANEXO III

¿CORRESPONDE UN MARCO LEGAL PARA LA RSE?

Desde el Estado, existe un proyecto de Ley con la necesidad de que las empresas publiquen sus acciones sociales a través de un Balance. Como no existe una legislación integral de carácter nacional, se toman como regulaciones que permiten el diseño de un marco de conceptos que sean útiles para la futura emisión de normas y adecuación de las actuales.

Un número cada vez mayor de organizaciones está incorporando programas de RSE, en el marco de políticas de gestión.

“Los impulsores de la RSE, parten de la premisa sobre que el capitalismo sin limitaciones fracasa en el intento de servir al interés general. A pesar de que aceptan a las empresas privadas, ven como inconveniente que las ganancias irán exclusivamente para los accionistas, y por lo cual el mayor beneficio social, amenazaría sólo si las organizaciones reconocen sus obligaciones hacia la sociedad.” (Bowie, 2001)

En la Argentina, ha tenido una gran difusión la suscripción de 220 empresas locales al Pacto Global promovido por las Naciones Unidas y que las compromete a autoevaluar el comportamiento según estándares con tendencias a llegar a un nivel internacional, respuesta creativa frente a presiones sociales con miras a una mejora de la imagen de la gestión empresarial.

¿CUAL ES LA LEGISLACION ARGENTINA VIGENTE?

La legislación vigente es la **Ley N° 2594 de Balance de Responsabilidad Social y Ambiental - Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, fue promulgada el 6 de Diciembre del 2007, no obstante ello hasta la fecha no se ha hecho efectiva. Han existido una serie de reclamos de los sectores involucrados y es por ello que se encuentra en un proceso de debate para su reglamentación definitiva.



Características de la Ley

- Presentación obligatoria del balance social para las empresas de más de 300 trabajadores.
- Opcional para el resto de las empresas, con beneficios de tipo financieros para quienes lo realicen.
- Presentación anual con indicadores concretos, objetivos y mensurables.
- Se podrán tomar como guía los indicadores desarrollados por ETHOS (Brasil) o GRI.
- Firma por responsable idóneo.
- Publicación en la página web para acceso de todo interesado.
- Creación de un Comité de enlace intergubernamental (involucra a varios ministerios) para la evaluación y seguimiento tendientes a su mejor implementación.
- Otorgamiento de ciertos beneficios y/o prioridades de acceso para aquellas empresas, fundaciones, ONGs, organismos que voluntariamente presenten anualmente su balance social.

Se podría observar la legitimidad de establecer obligaciones diferenciadas tomando, por ejemplo, como base la cantidad de trabajadores como indicador de capacidad económica y financiera, ya que una gran empresa con alta tecnología pero poca mano de obra empleada podría quedar eximida, mientras que una PYME de servicios con gran cantidad de personal estaría obligada.

De igual manera también se podría observar que algunos de los indicadores relacionados con la responsabilidad social empresarial se encuentran ya legislados y que por lo tanto su cumplimiento es obligatorio, como por ejemplo los referidos a la legislación laboral que rigen para todo tipo de organización independientemente de su magnitud. En estos casos, el Estado estaría duplicando sus funciones y generando superposición de organismos públicos.



Independientemente de éstas y otras observaciones de genuino fundamento, no podemos dejar de resaltar algunos aspectos que hacen a una diferencia cualitativa entre la formalidad de una obligación adicional por parte del sector público a lo que frecuentemente se ven comprometidas las empresas, como por ejemplo el cumplimiento de una nueva ley laboral, legislación impositiva o de seguridad ambiental, y el alcance que adquiere la presentación formal de un balance social y ambiental con las particularidades que le otorga la presente ley.

En la Argentina se ha iniciado un debate de la RSE y en coincidencia a fin del último año, la Cámara de Diputados aprobó un Régimen de Balance Social para el sector Público, obligados a informar las condiciones de trabajo y sobre los derechos humanos, quedando abierto a similares iniciativas en el campo de empresas privadas.



ANEXO IV

FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CONSEJO EMISOR DE NORMAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE INTERPRETACIÓN Nº 12 DE NORMAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA: Encargo de Aseguramiento del Balance Social

PRIMERA PARTE

Visto:

1. Los artículos 15 y 16 del Reglamento del Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y Auditoría (CENCYA) de esta Federación; y
2. el proyecto de interpretación de normas de contabilidad y auditoría sobre "Encargo de Aseguramiento del Balance Social", y

Considerando:

- a) Que las atribuciones de los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas incluyen el dictado de normas de ejercicio profesional;
- b) que dichos Consejos han encargado a esta Federación la elaboración de proyectos de normas técnicas para su posterior aprobación y puesta en vigencia dentro de sus respectivas jurisdicciones;
- c) que el artículo 16 del Reglamento del CENCYA de esta Federación incluye entre los tipos de pronunciamientos técnicos de aplicación obligatoria a la interpretación de normas profesionales;
- d) que la profesión contable argentina necesita conocer, cuando se presentan alternativas en la interpretación de las normas contables profesionales vigentes, cual es la más adecuada;
- e) que la aplicación de las normas sobre la verificación del balance social ha generado consultas diversas;
- f) que la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas ha aprobado con fecha 22 de marzo de 2013 la Resolución Técnica Nº 37 NORMAS DE AUDITORÍA, REVISIÓN, OTROS ENCARGOS DE ASEGURAMIENTO, CERTIFICACIÓN Y SERVICIOS RELACIONADOS, para los encargos profesionales a partir del 1 de enero de 2014;



g) que la Resolución Técnica N° 37 abarca a las normas sobre otros encargos de aseguramiento (diferentes de los encargos de auditoría y revisión de estados contables); para otros tipos de trabajos profesionales que tienen por objeto brindar un grado de seguridad sobre determinada información que no está referida a estados contables, y a los que esa norma refiere como otros encargos de aseguramiento distintos de una auditoría o revisión de información contable histórica;

h) que la RT 37 comprende en el punto V. a) Otros Encargos de Aseguramiento, que resulta de aplicación para la verificación del Balance Social regulado mediante la RT N° 36;

i) que lo mencionado en el los puntos f) y g) hacen necesario emitir una nueva interpretación acorde a la Resolución Técnica 37;

j) que este proyecto de interpretación sobre "Encargo de Aseguramiento del Balance Social" contribuye al objetivo referido en los considerandos anteriores y ha sido aprobado por CENCyA en su reunión del 28 de octubre de 2014;

k) que los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas de las veinticuatro jurisdicciones han suscripto la denominada "Acta de Catamarca" el 27 de setiembre de 2002, en la que exteriorizaron explícitamente su compromiso de "Participar activamente en la discusión previa, difusión y elaboración de las normas contables, de auditoría y otras".

POR ELLO: LA JUNTA DE GOBIERNO DE LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS RESUELVE:

Artículo 1° - Derogar la Interpretación N° 6 de normas de contabilidad y auditoría sobre "Auditoría del Balance Social".

Artículo 2° - Aprobar el Proyecto de interpretación N° 12 de normas de contabilidad y auditoría sobre "Auditoría del Balance Social".

Artículo 3° - Establecer como vencimiento del período de consulta 120 días desde su publicación en la página Web de esta Federación.

Artículo 4° - Recomendar a los Consejos Profesionales adheridos a esta Federación:

- a) realizar los procesos de discusión previa, difusión, divulgación y análisis establecidos por el Acta Acuerdo complementaria firmada en Catamarca el 27 de septiembre de 2002;



b) solicitar a la CENCyA la participación que consideren necesaria en el proceso indicado en el inciso anterior.

Artículo 5° - Publicar este proyecto de interpretación de normas de contabilidad y auditoría en la página de Internet de esta Federación y difundirlo para propender a la generación de opiniones sobre el mismo.

En la Ciudad de El Calafate, Santa Cruz, 5 de diciembre de 2014.



ANEXO V: RESOLUCIÓN TÉCNICA N°36

FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CONSEJO EMISOR DE NORMAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CENCYA)

RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 36

NORMAS CONTABLES PROFESIONALES: BALANCE SOCIAL Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 2 -

PRIMERA PARTE

Visto:

El Proyecto de Resolución Técnica N° 23 sobre "Balance Social", aprobado por la Junta de Gobierno el 1 de abril de 2011; y

Considerando:

- a) Que las atribuciones de los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas incluyen el dictado de normas de ejercicio profesional;
- b) que dichos Consejos han encargado a esta Federación la elaboración de proyectos de normas técnicas para su posterior aprobación y puesta en vigencia dentro de sus respectivas jurisdicciones;
- c) que los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas de las veinticuatro jurisdicciones han suscripto la denominada "Acta de Catamarca" del 27 de setiembre de 2002, en la que exteriorizaron explícitamente su compromiso en el artículo 2 inc. b de "sancionar, sin modificaciones, las normas técnicas profesionales aprobadas por la Junta de Gobierno de la FACPCE";
- d) que ciertos aspectos del comportamiento social y ambiental de los entes no son reflejados en sus estados contables;
- e) que cada vez con mayor frecuencia se observa la existencia de balances sociales emitidos por las organizaciones;
- f) que dichos balances sociales cuentan con informes de verificación, informes de auditoría y otros;
- g) que en las guías existentes para la preparación de balances sociales, gran porcentaje de la información necesaria surge del sistema de información contable;
- h) que con relación a la confección de balances sociales no existen normas emitidas por esta Federación;
- i) que resulta conveniente contar con normas expresas relativas a la confección de balances sociales que permita uniformar el contenido del mismo, aclarar conceptos y definir términos;
- j) que la tarea de confección del balance social requiere de un abordaje interdisciplinario;



k) que la existencia de normas contables específicas sobre la temática, permite afianzar la incumbencia del contador en distintas actividades relacionadas con el balance social;

l) que el Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y auditoría aprobó la propuesta de Resolución Técnica en su reunión del 24 de octubre de 2012.

Por ello:

LA JUNTA DE GOBIERNO DE LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 3 -

RESUELVE:

Artículo 1° - Aprobar la Resolución Técnica N° 36 "Balance Social" contenida en la segunda parte de esta Resolución.

Artículo 2°- Recomendar a los Consejos Profesionales adheridos a esta Federación:

- a) el tratamiento de esta resolución técnica de acuerdo con lo comprometido en el Acta de Catamarca, firmada en la Junta de Gobierno del 27 de septiembre de 2002;
- b) la aprobación de esta norma para los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero del 2013, permitiéndose su aplicación anticipada a partir de los ejercicios iniciados desde la aprobación de esta resolución por la Junta de Gobierno;
- c) la difusión de esta resolución técnica entre sus matriculados y los organismos de control, educativos y empresarios de sus respectivas jurisdicciones;

Artículo 3° - Encomendar al Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y Auditoría la preparación de un Informe sobre aplicación práctica de esta resolución.

Artículo 4° - Publicar esta resolución técnica en la página de Internet de esta Federación y comunicarla a los Consejos Profesionales, y a los organismos nacionales e internacionales pertinentes.

En la Ciudad de Carlos Paz (provincia de Córdoba), a los 30 días del mes de noviembre de 2012. Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 4 -

SEGUNDA PARTE

A. INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos para la preparación del Balance social es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global.



La mera información sobre las tendencias del desempeño individual (o sobre la eficiencia de la organización) no dará respuesta a este objetivo.

El Balance Social debe, por lo tanto, tratar de presentar el desempeño en relación con concepciones más amplias de la sustentabilidad. Esto incluye analizar el desempeño de la organización en el contexto de los límites, y las exigencias impuestas sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local, regional o mundial, y sobre el uso de recursos y niveles de contaminación. También puede ser relevante en lo referente a objetivos sociales y económicos, tales como objetivos de desarrollo sustentable y objetivos socioeconómicos a escala nacional o internacional.

La denominación "Balance Social" es el término más utilizado y conocido, inclusive por otras profesiones, para cumplir con el objetivo mencionado.

Existen diversos modelos metodológicos para elaborar el balance social (O.I.T., Eurostat, Ethos-IARSE, GRI, etc.), pero actualmente se registra una tendencia hacia la aceptación del trabajo que viene desarrollando el Global Reporting Initiative (GRI), cuya misión es desarrollar lineamientos metodológicos comunes para que las empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales puedan informar sobre su desempeño económico, ambiental y social.

Para la preparación del Balance Social, esta resolución se basa en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), que es el modelo internacional más reconocido.

El GRI es una iniciativa internacional apoyada desde Naciones Unidas que se define a sí misma como "una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores, cuya misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios".

En la Guía del GRI se parte de la visión estratégica basada en la importancia que tiene esta información (cuando es periódica, creíble y consistente) para contribuir a enfrentar los desafíos que implica la sustentabilidad de las sociedades.

De este modo, la Guía del GRI contempla tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social, e identifica las categorías que comprende cada una de ellas así como los indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten seguir la evolución de los resultados. Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 5 -

Su estructura parte de los principios de transparencia, inclusión y verificación, y esos principios son los que determinan las características que debe tener la información: completa, relevante y situada en un contexto de sustentabilidad. La calidad y veracidad de información deben garantizarse mediante su precisión, objetividad y comparabilidad.

También deben contemplarse aspectos como la accesibilidad a la información, teniendo en cuenta la claridad en la presentación de los datos.



B. OBJETIVO

El objetivo de esta resolución técnica es establecer criterios para la preparación y presentación del Balance Social.

Su preparación deberá cubrir los requisitos enunciados en la sección 3 (requisitos de la información contenida en los estados contables) de la segunda parte de la Resolución Técnica N° 16 (Marco Conceptual de las Normas Contables Profesionales distintas a las referidas en la Resolución Técnica N°26), y cumplir con los principios para definir la calidad de elaboración de memorias contenidos en la Guía para elaboración de Memorias de Sustentabilidad GRI, referenciada en el Anexo II de la presente resolución técnica.

C. NIVELES DE APLICACIÓN DE LA GUIA GRI

La entidad incluirá en el Balance Social la indicación de en qué medida o nivel se ha aplicado el Marco de elaboración de memorias del GRI (conforme lo previsto en la Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad), a través del sistema de "niveles de aplicación del GRI".

La matriz de los niveles de aplicación del GRI debe ser incluida en el Balance Social para mostrar qué nivel se ha declarado y quien ha hecho la evaluación. Existen tres niveles de aplicación que permiten cumplir con las necesidades de las organizaciones informantes. Los tres niveles reciben las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles ponen de manifiesto una aplicación o cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI, y están ordenados de menor aplicación a mayor aplicación.

D. ESTRUCTURA

Esta norma está organizada del siguiente modo:

- Capítulo I: Alcance. Modelo.
- Capítulo II: Balance Social.
- Capítulo III: Estado de Valor Económico Generado y Distribuido
- Glosario
- Anexo I: Modelo Estado de Valor Económico Generado y Distribuido
- Anexo II: Pautas de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI). Remisión.

Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 6 -

CAPÍTULO I

A. ALCANCE

Las normas contenidas en esta resolución técnica se aplican a la preparación del balance social cuando la organización haya optado por su elaboración, a ser



presentados a terceros por todo tipo de ente (público, privado o mixto) con o sin ánimo de lucro.

Hasta tanto se emitan las normas específicas para la elaboración del balance social de determinados entes (ejemplos: cooperativas, mutuales), la aplicación de esta resolución técnica admitirá cambios de terminología y otras cuestiones, relacionadas con la especificidad del ente.

B. MODELO

El modelo de Estado de Valor Económico Generado y Distribuido que se incluye en el Anexo I es un ejemplo utilizable para la preparación del Balance Social.

CAPÍTULO II

BALANCE SOCIAL

Concepto

1. El Balance social es un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento.

Estructura

2. El Balance Social incluye:

2.1. Memoria de Sustentabilidad

Para la elaboración de la Memoria de Sustentabilidad se atenderá a las pautas y principios establecidos en la Guía para la confección de Memorias de Sustentabilidad elaborada por el Global Reporting Initiative (GRI), los cuales se referencian en el Anexo II de la presente resolución técnica.

A los efectos de una mejor visualización de la evolución de los indicadores, éstos se presentarán en forma comparativa con uno o más ejercicios anteriores, excepto en la primera elaboración del balance social.

2.2. Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD) Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 7 -

Para la elaboración del EVEGyD se aplicarán las disposiciones contenidas en el capítulo III de la presente resolución técnica. La presentación del EVEGyD reemplaza al indicador, que sobre el mismo tema, plantea la Guía GRI.¹

¹ Al momento de aprobación de esta Resolución, es el indicador EC1

Presentación



3. El Balance Social se podrá presentar en forma conjunta con los Estados Contables del ente, o por separado, haciendo referencia, en el Balance Social, a dichos Estados Contables. El período por el cual se emitirá será el mismo al que se refieren los Estados Contables. Los usuarios deberán poder acceder a la información referenciada, para lo cual la organización deberá indicar claramente cómo lograr tal acceso. En aquellos entes que posean actividad e inversión social en más de una jurisdicción, se recomienda presentar el Balance Social separando claramente la actividad de cada jurisdicción (cada provincia y Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

CAPÍTULO III

ESTADO DE VALOR ECONOMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Introducción

1. Valor económico generado es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en forma general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio.
2. El valor económico generado se diferencia del beneficio empresario ya que el primero se refiere a la retribución de todos los grupos sociales que intervienen en los procesos inherentes a las actividades del ente, mientras que el beneficio empresario se refiere a la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado.

Características de la información del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD)

3. El EVEGyD está fundamentado en conceptos macroeconómicos, buscando presentar la parte en que contribuyen las entidades en la formación del Producto Bruto Interno.
4. El EVEGyD es un estado económico financiero, histórico, que muestra el valor económico generado por una organización y simultáneamente revela cómo se distribuye entre los diversos grupos sociales que han contribuido a su creación. Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 8 -
5. Para los inversores y otros usuarios, esa demostración proporciona información de naturaleza económica, financiera y social, y ofrece la posibilidad de una mejor evaluación de las actividades de la entidad en la sociedad en la cual está inserta.
6. El EVEGyD elaborado por segmento (tipo de clientes, actividades, productos, área geográfica y otros) puede representar información aún más valiosa para la formulación de proyecciones de analistas sociales y económicos.

Objetivo del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido

7. El objetivo del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido propuesto como uno de los componentes del Balance Social, es evidenciar el valor económico generado por la entidad y su distribución, durante un período determinado.



Alcance y presentación

8. El ente debe preparar el EVEGyD y presentarlo como parte integrante del Balance Social.

9. La presentación del EVEGyD consolidado deberá basarse en los Estados Contables Consolidados.

10. La distribución del valor económico generado debe ser expuesta, como mínimo, en los siguientes conceptos:

- Remuneraciones al personal.
- Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo.
- Al Estado (impuestos, tasas y contribuciones).
- Retribuciones al capital de terceros.
- Retribuciones a los propietarios.
- Ganancias retenidas.
- Otras.

11. En el anexo I se brinda un modelo de EVEGyD. El mismo podrá ser adaptado por entes cuyas características así lo requieran.

Determinación y distribución del valor económico generado

Generación (Determinación)

12. El EVEGyD, en su primera parte, debe presentar en forma detallada el valor económico generado por la entidad. Los principales componentes del valor económico generado se detallan a continuación:

12.1 Ingresos

Está compuesto por:

a. Venta de mercaderías, productos y servicios (no incluye el impuesto al valor agregado).

b. Otros ingresos. Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 9 -

c. Ingresos relativos a la construcción de activos propios.

La construcción de activos dentro de la empresa para su propio uso (bienes de uso y activos intangibles) es un procedimiento habitual. En esa construcción diversos factores de la producción son utilizados, incluso la contratación de recursos externos (materia prima, mano de obra de terceros, etc.) y la utilización de factores internos, como mano de obra, con los consiguientes costos que esa contratación o utilización generan. Para la elaboración del EVEGyD, esa construcción equivale a producción vendida para la propia empresa y por eso su valor contable debe ser considerado como ingreso. La



mano de obra propia utilizada es considerada como distribución de ese valor agregado generado. Los gastos con servicios de terceros y materias primas, son apropiados como insumos.

d. Previsión para desvalorización de créditos, incluye los valores relativos a la constitución y reversión de la previsión.

12.2 Insumos adquiridos a terceros

Este concepto comprende:

a. Insumos, Materias primas, servicios y bienes de cambio adquiridos a terceros contenidos en el costo del producto vendido. No incluye los gastos en personal propio.

b. Materiales, energía, servicios de terceros y otros: incluye importes correspondientes a las erogaciones originadas en la utilización de esos bienes, y servicios adquiridos a terceros. No incluye el impuesto al valor agregado.

12.3 Pérdida y recuperación de valores de activos

Incluye importes relativos a ajustes por valuación de los bienes de cambio, bienes de uso, inversiones y otros. También deben ser incluidos los valores reconocidos en el resultado del período, tanto por la constitución como por la reversión de las provisiones para pérdidas por desvalorización de activos excepto las incluidas en 12.1.d.

12.4 Depreciaciones y amortizaciones

Incluye los importes registrados en el período por tales conceptos.

12.5 Valor agregado recibido en transferencia

Este concepto incluye:

a. El resultado por participación en subsidiarias: se corresponde con la participación en el resultado de subsidiarias. Si el mismo es negativo opera como reducción o valor negativo.

b. Los ingresos financieros: incluye todos los ingresos financieros, cualquiera sea su origen. Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 10 -

c. Otros ingresos: incluye los dividendos relativos a inversiones valuadas al costo, alquileres y otros, siempre que no provengan de la actividad principal del ente.

Distribución del valor económico generado

13. En su segunda parte, el EVEGyD debe presentar en forma detallada como el valor agregado por la entidad fue distribuido. Los principales componentes de esa distribución se detallan a continuación:

13.1. Remuneraciones al personal



Son los importes asignados al costo y al resultado del ejercicio en forma de:

- a. Remuneración directa: representada por los valores de los salarios, sueldo anual complementario, honorarios de administración (incluso los pagos basados en acciones), vacaciones, comisiones, horas extras, participación en resultados, etc.
- b. Beneficios: representados por los valores de asistencia médica, alimentación, transporte, planes de beneficios jubilatorios, etc.

13.2. Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo

Comprende las retribuciones asignadas a los directores/propietarios por su función técnica/administrativa y los honorarios correspondientes a su función puramente de Director. Análoga definición comprende a entes diferentes a Sociedades Anónimas.

13.3. Al estado (Impuestos, tasas y contribuciones)

Comprende los importes de los impuestos a las ganancias, contribuciones sociales que estén a cargo del empleador, y los demás impuestos y contribuciones a los que la organización esté obligada.

Opcionalmente el ente podrá discriminar de las cuentas de resultados los impuestos allí contenidos en:

- a. Nacionales: incluyen los tributos correspondientes a la Nación, incluso los que son coparticipados en todo o parte a las provincias.
- b. Provinciales: incluyen los tributos correspondientes a las provincias, incluso los que son coparticipados en todo o en parte a los municipios.
- c. Municipales: incluyen los tributos correspondientes a los municipios.

13.4. Retribución al capital de terceros

Comprende los importes devengados a financistas externos de capital:

- a. Intereses y otros resultados originados por préstamos (incluye comerciales) y pasivos similares: incluye las erogaciones financieras, inclusive las variaciones cambiarias pasivas, relativas a cualquier tipo de préstamo o financiamiento de instituciones financieras, empresas del grupo (previo Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 11 -

análisis de cuál ha sido su tratamiento desde el punto de vista contable de la matriz y subsidiaria en el balance individual y consolidado) u otras formas de obtención de recursos o fuentes de financiación. Deben considerarse los importes que por estos conceptos se hubieran incluido en el costo de los activos en el período.

- b. Rentas: incluye los alquileres (incluso las erogaciones con arrendamiento operativo) a terceros.



c. Otras: incluye las remuneraciones que configuran transferencia de valor agregado a terceros originadas en capital intelectual, tales como royalties, franquicia, derechos de autor, seguros por riesgo de trabajo etc.

13.5. Retribución a los propietarios

Son los importes relativos a la retribución asignada a socios y accionistas:

a. Dividendos: incluye los valores pagados o acreditados a los socios y accionistas por cuenta del resultado del período.

b. Ganancias retenidas

Incluye las ganancias (superávits) reservadas, capitalizadas o cuya asignación se posterga para ejercicios futuros.

13.6. Otras

Glosario

Definiciones

Ingresos por venta de bienes y servicios: representa los importes reconocidos en ventas netas de bienes y servicios del estado de resultados.

Insumos adquiridos a terceros: representa los importes por las compras de materias primas, mercaderías, materiales, energía, servicios y otras, que hayan sido transformados en gastos del período. Mientras permanezcan en el activo, no componen la formación del valor económico generado y distribuido.

Valor económico generado: es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos y servicios adquiridos a terceros. Incluye el valor generado recibido en transferencia.

Valor económico recibido en transferencia: representa la riqueza que no ha sido generada por la entidad, y sí por terceros, y que es transferida a ella (ej.: participación en resultado de subsidiarias, dividendos, otros). Resolución Técnica N° 36 - Normas Contables Profesionales: Balance Social - 12 -

ANEXO I: MODELO ESTADO DE VALOR ECONOMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

El modelo que se recomienda, se detalla a continuación. DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
1 – INGRESOS		
1.1 Ventas de mercaderías, productos y servicios		
1.2 Otros ingresos		
1.3 Ingresos relativos a construcción de activos propios		
1.4 – Previsión para desvalorización de créditos		
2 – INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEROS		
2.1 – Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos.		
2.2 – Materiales, energía, servicios de terceros y otros		
2.3 - Pérdida/recupero de valores activos		



2.4 – Otras (especificar)
3 - VALOR ECONÓMICO GENERADO BRUTO (1-2)
4 – DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN
5 – VALOR ECONÓMICO GENERADO NETO PRODUCIDO POR LA ENTIDAD (3 – 4)
6- VALOR ECONÓMICO GENERADO RECIBIDO EN TRANSFERENCIA
6.1 – Resultado participación en subsidiarias
6.2 – Ingresos financieros
6.3 – Otras.
7 – VALOR ECONÓMICO GENERADO TOTAL A DISTRIBUIR (5 + 6)



ANEXO VI: RESOLUCION TECNICA N°44

Resolución Técnica N° 44: Normas Contables Profesionales: Modificación de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social

2

PRIMERA PARTE

Visto:

El proyecto N° 36 de Resolución Técnica sobre "Normas contables profesionales: Modificación de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social" elevado por el CENCyA de esta Federación.

Y considerando:

- a) Que las atribuciones de los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas incluyen el dictado de normas de ejercicio profesional;
- b) que dichos Consejos han encargado a esta Federación la elaboración de proyectos de normas técnicas para su posterior aprobación y puesta en vigencia dentro de sus respectivas jurisdicciones;
- c) que los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas de las veinticuatro jurisdicciones han suscripto la denominada "Acta de Tucumán", en la que exteriorizaron explícitamente su compromiso de participar activamente en la discusión previa, difusión y elaboración de las normas contables, de auditoría y otras;
- d) que en mayo de 2015 el GRI publicó la Versión GRI 4 (G4) de su **Guía para elaborar Memorias de Sostenibilidad**, que incluye cambios tanto en el proceso de elaboración como en el formato de las memorias;
- e) que la versión G4 establece que todas las memorias que se vayan a publicar después del 31 de diciembre de 2015 deben elaborarse "de conformidad" con la Guía G4;
- f) que la versión G4, incluye, entre otros, cambios relacionados con la mayor importancia del concepto de materialidad, la desaparición de la distinción entre indicadores principales y adicionales, el establecimiento de dos opciones (esencial y exhaustiva) para la elaboración de las memorias de sostenibilidad, que reemplazan los niveles A, B y C y A+, B+ y C+ asociados al número de indicadores sobre los que se reporta que contiene la versión 3.1;
- g) que en sección C de la segunda parte de la Resolución Técnica n° 36, se establece que la entidad incluirá en el Balance Social la indicación de en qué nivel se ha aplicado el GRI, a través del sistema de niveles de aplicación del GRI 3, situación que ha sido eliminada en la versión G4 de la Guía para la elaboración de memorias de sustentabilidad del GRI lo que genera la necesidad de adecuar la citada norma contable;
- h) que periódicamente, basado en una actividad de mejora continua de sus pronunciamientos, el GRI produce cambios en las Guías que emite;
- i) que el enfoque utilizado al redactar la RT 36, segunda parte, sección C, implica la necesidad de modificación de la misma cada vez que un pronunciamiento del GRI genera una nueva versión que modifica la forma de aplicar la Guía GRI; **Resolución Técnica N° 44: Normas Contables Profesionales: Modificación de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social**

3



- j) que resulta conveniente establecer en la RT 36 un mecanismo que evite la modificación de la misma cada vez que el GRI actualiza sus Guías en aspectos que están detallados en la RT 36;
- k) que el CENCyA analizó las observaciones recibidas durante el período de consulta del Proyecto N° 36 de Resolución Técnica;
- l) que el CENCyA aprobó la nueva versión de las modificaciones a la Resolución Técnica N° 36 en su reunión del 12 de mayo de 2016.

Por ello:

LA JUNTA DE GOBIERNO DE LA FEDERACION ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONOMICAS

Resuelve:

Artículo 1° - Aprobar la Resolución Técnica N° 44: "Normas Contables Profesionales: Modificación de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social".

Artículo 2° - Encomendar al CENCyA la publicación de las nuevas versiones del GRI, en la página web de esta Federación, con una introducción que explique los principales cambios entre la nueva versión del GRI y la anterior versión, así como la fecha de vigencia recomendada.

Artículo 3° - Recomendar a los Consejos Profesionales adheridos a esta Federación:

- a) el tratamiento de esta Resolución de acuerdo con lo comprometido en el Acta de Tucumán, firmada en la Junta de Gobierno del 4 de octubre de 2013;
- b) establecer su vigencia para los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2016;
- c) la difusión de esta Resolución Técnica entre sus matriculados y los organismos de control, educativos y empresariales de sus respectivas jurisdicciones.

Artículo 4° - Registrar esta resolución técnica en el libro de resoluciones, publicar la parte resolutoria en el Boletín Oficial de la República Argentina y el texto completo en el sitio de internet de esta Federación y comunicarla a los Consejos Profesionales y a los organismos nacionales e internacionales a los que les pueda resultar de interés las normas de contabilidad y auditoría de Argentina.

En la ciudad de La Rioja, a los 24 días del mes de junio de 2016. **Resolución Técnica N° 44: Normas Contables Profesionales: Modificación de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social**

4

SEGUNDA PARTE

1. Reemplazar la sección C. Niveles de aplicación de la Guía GRI de la Segunda parte de la Resolución Técnica N° 36 Balance Social, por la siguiente:

C. Descripción de los criterios

Aquellas organizaciones que elaboren sus memorias de sostenibilidad de conformidad con los estándares o guía previstos por el Global Reporting Initiative -GRI-, deberán ajustarse a lo establecido en la última versión disponible aprobada por tal organismo y publicada en español en la página de internet de esta Federación.

Asimismo, y de acuerdo a lo consignado por el GRI, deberán indicar qué opción o nivel se ha aplicado para la confección de la memoria.

2. Eliminar el Anexo II: Pautas de la guía para la elaboración de memorias de sustentabilidad del Global Reporting Initiative.

3. Modificar el punto 2.1 Memoria de Sustentabilidad del Capítulo II de la Segunda Parte, según lo siguiente:

2.1 Memoria de Sustentabilidad



Para la elaboración de la Memoria de Sustentabilidad se atenderá a las pautas y principios establecidos por el GRI, según lo establecido en la sección C de la presente resolución.

A los efectos de una mejor visualización de la evolución de los indicadores, éstos se presentarán en forma comparativa con uno o más ejercicios anteriores, excepto en la primera elaboración del Balance Social.

