



Berri, Ana María
Malgioglio, José María
Di Nenno, Mónica
Díaz, Liliana Patricia
Giménez, Ariel
Marchetti, Daniel
Rabinowicz, Sebastián
Tríbolo, Joaquín

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, Escuela de Contabilidad

UN ABORDAJE PRELIMINAR AL MARCO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Resumen:

Su objetivo general es proponer algunos elementos que puedan considerarse constitutivos de un Marco Conceptual de la Responsabilidad Social (RS) como una aproximación preliminar al abordaje integral que requiere el tema.

La presente propuesta incluye el tratamiento de los siguientes elementos:

- a) Responsabilidad Social
- b) Objetivos del Balance Social (BS)
- c) Requisitos de la información contenida en el BS
- d) Contenido básico del BS

Una vez analizados los mismos y fundamentado su capacidad para definir un Marco de conceptos, se arriba a las siguientes conclusiones:

- ✓ Respecto a la RS, la investigación nos permite afirmar que no existe una única definición de RS y que la misma ha evolucionado a través del tiempo, alcanzando firmeza y claridad. La responsabilidad por los impactos se erige por sobre el compromiso voluntario, que otrora liderara.
- ✓ El instrumento comunicacional es el BS y sus objetivos proveer información sobre el desempeño social, económico y ambiental.
- ✓ Los requisitos de la información contenida en el BS propuestos se basan en los establecidos por GRI G4, IR y RT 16.

Respecto al contenido básico del BS se tienen en cuenta los lineamientos del estándar GRI.

Palabras claves: Responsabilidad Social – marco conceptual – Balance Social



ABSTRACT

Our general aim is to propose certain elements that may be considered constituents of a Conceptual Framework for Social Responsibility (SR), as a preliminary approach to the comprehensive outline required by this topic.

This approach deals with the following elements:

- a) Social Responsibility
- b) Social Balance (SB) Aims
- c) Requirements for the information contained within SB
- d) Basic content of SB

After analyzing these elements and finding that they are able to define a Conceptual Framework, we have arrived at the following conclusions:

- ✓ Regarding SR, research allows us to maintain that there is no sole definition of SR, and that this concept has evolved through time, reaching strength and clarity. Responsibility for the impacts is erected upon voluntary commitment, of which it was once leader.
- ✓ SB is the communicative device, and its aims are to provide information regarding social, economic and environmental performances.
- ✓ Requirements for the information contained within SB are based upon those defined by GRI G4, IR and RT 16.
- ✓ Regarding the basic content of SB, we take into account the guidelines defined by the GRI standard.

Keywords: Social responsibility – conceptual framework – Social Balance

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está enmarcado dentro del Proyecto cuatrienal (2012/2015) de investigación denominado "Fundamentos teóricos de la información no financiera" radicado en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la UNR.

Su objetivo general es proponer algunos elementos que puedan considerarse constitutivos de un Marco Conceptual de la Responsabilidad Social.

Siguiendo a Cañibano y Gonzalo (1996, 26) "el marco conceptual es un producto de y para la regulación contable [financiera], surge como una necesidad para alimentar la misma y al propio tiempo como una justificación de su propio quehacer, como una especie de meta-regulación, que procede de quienes se encuentran legitimados para emitir normas contables, pero sin que el propio marco sea estrictamente una norma contable."

Con el mismo alcance puede interpretarse que un marco conceptual para la información no financiera, más específicamente la información sobre Responsabilidad Social, ha de ser el producto de y para la regulación contable de la misma, constituirse en el soporte conceptual y ser la justificación para legitimar sus normas.



La presente propuesta incluye el tratamiento de los siguientes elementos:

- a) Responsabilidad Social
- b) Objetivos del Balance Social.
- c) Requisitos de la información contenida en el Balance Social
- d) Contenido básico del Balance Social.

2. DESARROLLO

2.1. Evolución del concepto de Responsabilidad Social

La investigación sobre el tema, permite afirmar que no existe una única definición de RS y que la misma ha evolucionado a través del tiempo, alcanzando firmeza y claridad.

Para fundamentar las afirmaciones anteriores se recurre a una muestra representativa de distintas definiciones, clasificadas según su origen:

- I. Enunciadas por organismos
- II. Enunciadas por estándares e iniciativas
- III. Contenidas en normativa legal argentinas

I. Enunciadas por organismos:

I.1. Académicos: Universidad Complutense de Madrid: La Responsabilidad Social Corporativa (RSE) es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aún no tipificado por el ordenamiento jurídico positivo, pero cuya fuerza vinculante y previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura. (Luis Solano, Prof. Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 2006)

Para AECA La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa. (Lizcano y Moneva, 2004)

I.2 Organismos Gubernamentales:

La Comunidad Europea en su Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" reconocía la Responsabilidad Social Empresaria como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores (CCE 2002)

Una nueva definición presenta la Comisión Europea en su Estrategia renovada 2011-2014, definiendo a la RS como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad» El respeto de la legislación aplicable y de los convenios colectivos entre



los interlocutores sociales es un requisito previo al cumplimiento de dicha responsabilidad. Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, a fin de:

- maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y para las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio;
- identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas.

La complejidad de este proceso dependerá de factores como el tamaño de la empresa y la naturaleza de sus operaciones. Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas, es probable que el proceso de RSE siga siendo informal e intuitivo.

Con el fin de maximizar la creación de valor compartido, se anima a las empresas a adoptar un planteamiento estratégico a largo plazo sobre la RSE, y a estudiar las oportunidades de desarrollar productos, servicios y modelos empresariales innovadores, que contribuyan al bienestar social y la creación de empleos de mayor calidad y más productivos.

Para identificar, prevenir y atenuar sus posibles efectos adversos, se anima a las grandes empresas y a aquellas que presenten un riesgo particular de producir tales efectos a llevar a cabo medidas de diligencia debida basadas en el riesgo, también en sus cadenas de suministro.

Algunos tipos de empresas, como las cooperativas, las mutuales y las empresas familiares, tienen estructuras de propiedad y de gobernanza que pueden ser especialmente propicias para una gestión empresarial responsable (CE ,2011)

I.3 Otros Organismos:

En México, producto del consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social reunidos en AliaRSE conceptúan a Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Cajiga Calderón CEMEFI)

Por su parte, el Foro de Expertos en RSE del Ministerio de Trabajo (2007) estableció en España la siguiente definición: "La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que se derivan de sus acciones"

Para la organización de las Naciones Unidas para el desarrollo industrial (ONUDI) La RSE es un concepto de gestión según el cual las empresas integran cuestiones



sociales y medioambientales en sus actividades de negocio y las interacciones con sus clientes

Para la World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), la RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida (Momborg, 2008)

Para el Prince of Wales Business Leaders Forum (PWBLF) la RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto a los empleados, las comunidades y el ambiente (Ibídem)

Para Business for Social Responsibility (BSR) la RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa (Ibídem)

Para el Foro de la empresa y la Responsabilidad Social en las Américas, la RSE se define como una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración (Ibídem)

Para The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage, la RSE es la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas (Ibidem)

Para Canadian Business for Social Responsibility la "RSC es el compromiso de una compañía de operar de manera económica y ambientalmente sostenible mientras reconoce los intereses de sus públicos de interés. Los públicos de interés incluyen inversionistas, clientes, empleados, socios de negocios, comunidades locales, el ambiente y la sociedad en general." (citado por Prato y otros, 2004)

En sus conclusiones Soledad Teixidó, Reinalina Chavarri y Andrea Castro (2002) de Fundación Prohumana de Chile la RSE "es la expresión de un fenómeno cultural que modifica el papel social y ético de la empresa. Es un concepto que se redefine según las necesidades de cada empresa y según los requerimientos de cada sociedad. En este contexto, pareciera que la comprensión o uso que cada una de las empresas le otorga a la Responsabilidad Social parece depender, en último término, del sector o rubro al cual está adscribe (servicios, recursos naturales, industrial-manufacturero o telecomunicaciones) y también al impacto que tiene su proyecto empresarial en la comunidad circundante, la lógica que impera en la implementación de sus políticas y el desarrollo y reflexión que se ha tenido sobre esta temática "

La organización Acción RSE de Chile la define como "Una visión de negocios necesaria para la sostenibilidad y competitividad de las empresas, que les permite integrar armónicamente el desarrollo económico con el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor".

Para el Banco Mundial la RSE "es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general." (Abreu Quintero y Cruz Alvarez, 2011)



Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), "es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa." (Ibídem)

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) la RSE es "como un comportamiento institucional que en América Latina se lleva en práctica cada vez con mayor frecuencia, más que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de demostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social." (Ibídem)

Para Comunicarse (Argentina) la RSE es "es una nueva forma de gestionar la práctica de los negocios que contempla una administración responsable de los impactos de las acciones de las empresas sobre su entorno económico, natural y social. Abarca la totalidad de sus acciones y tiene como eje la generación de valor. Surge como una consecuencia inmediata de la creciente importancia que la empresa ha comenzado a adquirir en las sociedades contemporáneas, como una de las instituciones clave del desarrollo sustentable." (Abreu y Badii, Octubre 2006-2007)

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) "La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno. (Ibídem)

Para el Centro Internacional para el Desarrollo Humano (CIDH) en Costa Rica, la RSE es "una estrategia de negocios, la cual ha adquirido mucha importancia en el mundo de hoy. Las empresas, los gobiernos, las ONGs y la diversidad de actores que componen nuestras sociedades, constatan los beneficios de cambiar prácticas, comportamientos y nociones que han perjudicado la calidad de vida actual y amenazado la de generaciones futuras." (Ibídem)

Para el Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental (CEDA) de Ecuador, define a la RSE como "una estrategia para impulsar el desarrollo sustentable y potenciar el trabajo" (Ibídem)

Para el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) considera que la RS es una forma de gestión que se define por la capacidad de respuesta que tienen las organizaciones humanas para enfrentar las consecuencias de sus acciones sobre los distintos públicos y espacios naturales con los cuales se relacionan. Las organizaciones son socialmente responsables cuando adquieren un compromiso con el desarrollo social, político y económico de su ambiente, en los contextos internos y externos de sus actos. (Ibídem)

Para el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (Centrarse) en Guatemala la RSE es "una decisión estratégica y prácticas empresariales basadas en principios éticos y apegados a la legalidad. La empresa por lo tanto, al mismo tiempo que eleva su competitividad está contribuyendo al desarrollo sostenible del país, en un compromiso de mutuo beneficio. La RSE se pone de manifiesto con la ejecución de prácticas empresariales que generan un impacto positivo tanto a lo interno como a lo externo para las corporaciones que las apliquen. En el área interna, estas prácticas



están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores). Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores / clientes) Además, abarcan otros sectores como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado. Al implementar la RSE, un empresario puede lograr incrementar su nivel de competitividad. La aplicación de estas prácticas se traduce en tres áreas fundamentales para el desarrollo de las empresas: incremento a la productividad, asegurar la lealtad del cliente y tener acceso a mercados. El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación. Con esto, se pretende que las empresas se comprometan a cumplir con sus obligaciones y a actuar responsablemente en aspectos como: apego al régimen legal; lograr que se ofrezcan óptimas condiciones internas a sus colaboradores y que el empresariado presente un aporte sustancial al desarrollo sostenible del país. Este aporte se verá representado en beneficios, tanto para los colaboradores de las empresas, como a sus familias y comunidades que estén directamente involucrados con ellos, así como a toda la cadena productiva y a otros sectores externos". (Ibídem)

Para la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDARSE) la RSE es "entendida como un compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general. (Ibídem)

Para el Centro de Asesoría Laboral del Perú (CEDAL) la RSE es "una nueva estrategia empresarial que asegura la competitividad de las empresas en un mundo globalizado, donde las ventajas comparativas de los negocios están basadas en los valores intangibles que éstas generen" (Ibídem)

Para DERES en Uruguay la RSE es "una visión de negocios que incorpora a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente." (Ibídem)

II. Enunciados por estándares o iniciativas:

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos, como en su relación con los demás actores. (Fernández García (2009)

Para el Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, de Brasil, la "Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el respeto de la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales" (Momberg, 2008)

Para ISO 26000 (2010) la RS es "la Responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que:

- ✓ Contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- ✓ Tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders)



- ✓ Cumpla con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta;
- ✓ Sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones." (Argandoña y Silva, 2011)

III. Contenidas en normativa legal argentinas

Decreto Ley 517 (2011) de la Provincia de Salta

La RS es el compromiso de las organizaciones con el desarrollo sustentable de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa directa o indirectamente.

Ley nº 8761 (2015) de la Provincia de Tucumán

La RS es la adopción de políticas permanentes tendientes a lograr un estado de equilibrio entre los objetivos económicos de los sujetos comprendidos en la misma y las necesidades sociales y ambientales, mediante un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que interactúa y contribuyendo al desarrollo sustentable y la preservación del ambiente para el presente y para las generaciones futuras.

2.2. Objetivos del Balance Social:

Antes de abordar específicamente los objetivos del Balance Social, se cree necesario enumerar los que corresponden a la información no financiera en sentido amplio, ya que el Balance Social constituye uno de los ejemplos de este tipo de informes.

La enumeración de estos objetivos se presenta a la luz de las distintas escuelas de pensamiento (fundamentos teóricos de la información no financiera) analizadas en trabajos anteriores.

La información no financiera tiene como objetivos:

- 1) responder a las demandas de la sociedad en la que se encuentra implantada (legitimación)
- 2) ampliar la información a todos los grupos de interés con los que interactúa. (stakeholders)
- 3) evidenciar la capacidad para rendir cuentas por los recursos que la organización como informante administra. (Teoría de la agencia).
- 4) aumentar la cantidad de información que brinda logrando confiabilidad (teoría de las Señales),

El Balance Social por su parte, provee información sobre el desempeño social, ambiental, económico y financiero de la organización, contribuyendo de ésta manera a



demostrar la creación de valor, por parte de la organización y de sus grupos de interés al corto, medio y largo plazo, a nivel local, regional e internacional.

Esta información beneficia a los distintos individuos o grupos de individuos que se pueden ver afectados por la organización, a través de sus productos, subproductos, servicios, residuos, y de sus actividades; o que éstos puedan afectar significativamente la capacidad de la organización para crear valor a lo largo del tiempo. Entre los grupos de interés pueden incluirse a los inversores y acreedores, actuales como potenciales, los empleados o colaboradores, los clientes, los proveedores, las organizaciones no gubernamentales, los grupos de protección del ambiente, los legisladores, los reguladores, el Estado. (La enumeración no es taxativa, sino enunciativa, ya que cada organización identifica a sus grupos de interés clave. Éstos pueden diferir de una organización a otra).

2.3 Requisitos de la información contenida en el Balance Social

Para cumplir con su finalidad, la información contenida en el Balance Social debe reunir los requisitos enunciados en el presente capítulo, los que deben ser considerados en su conjunto y buscando una armonía entre ellos, mediante la aplicación del criterio profesional.

2.3.1. Requisitos para definir el contenido del Balance Social:

El contenido debe definirse combinando los siguientes requisitos:

2.3.1.1. Participación de los grupos de interés (s/GRI G4) Relaciones con los Grupos de interés (s/IR)

Son los individuos o grupos de individuos a los que los productos, subproductos, servicios, residuos y actividades de la organización pueden afectar/los significativamente; y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable a la capacidad de la organización para crear valor a lo largo del tiempo.

La creación de valor a lo largo del tiempo se logra a través de:

- la influencia que tiene el entorno externo sobre la organización;
- a través de las relaciones, interacciones y actividades con los grupos de interés y;
- con la utilización de diversos recursos.

Por lo tanto, no se puede concebir la creación de valor al corto, medio y largo plazo sin la adecuada armonía entre los aspectos mencionados. Al momento de decidir sobre el Alcance y la Cobertura de los Aspectos del Balance Social, es decir, llevar adelante el proceso de definición del contenido del mismo, es importante la participación de los grupos de interés ya que ayudan a entender sus expectativas e intereses. La inclusión de los grupos de interés puede servir específicamente para



informar sobre el proceso de elaboración del Balance Social, debiendo basarse en metodologías o principios generalmente aceptados, para poder garantizar que se comprende de forma adecuada las necesidades informativas de los grupos de interés. Si se quiere que el Balance Social sea verificable, es importante documentar el proceso de participación con los grupos de interés. Se documenta qué grupos de interés han participado, cómo y cuándo lo han hecho y cómo esa participación afectó al contenido del Balance Social.

Si se busca que el Balance Social sea creíble para los grupos de interés y que se adecue a sus necesidades, éstos deben participar en la elaboración del mismo.

Una ejecución correcta de este procedimiento mejora la rendición de cuentas a las partes interesadas, ya que ésta está relacionada con la *administración responsable*, es decir, la responsabilidad de la organización de utilizar de forma responsable los recursos -financieros, industriales, intelectuales, humanos, sociales y relacionales, naturales- ya que sus actividades y productos, subproductos, servicios, residuos causan efectos o impactos sobre los mismos.

2.3.1.2 Contexto de sostenibilidad (s/GRI G4) Enfoque estratégico y orientación futura (s/IR)

El Balance Social debe presentar el desempeño de la organización en el contexto más amplio de la sostenibilidad, es decir, se debe demostrar la forma en que se contribuye o se pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, sociales y ambientales a nivel local, regional e internacional. La mera información sobre las tendencias del desempeño individual de la organización, no dará respuesta a este requisito. Es necesario exponer el desempeño de la organización en el contexto de los límites y la demanda de recursos sociales y ambientales en los ámbitos sectorial, local, regional o internacional. Es ineludible explicar la relación entre la estrategia de la organización y la sostenibilidad, las conclusiones a las que se arribaron con los grupos de interés en la formulación de la misma, los riesgos y las oportunidades a largo plazo, así como el contexto del desempeño que se describe. Se da respuesta a los desafíos e incertidumbres que puede encontrarse la organización implementando su estrategia, a definir cuáles son las expectativas de la organización sobre el entorno externo que tendrá que hacer frente al corto, medio y largo plazo y el modo en que éste afectará a la organización.

2.3.1.3 Materialidad (s/GRI G4 e IR) Pertinencia (s/RT 16)

El Balance Social debe reflejar aquellos aspectos –sociales, ambientales, económicos y financieros– significativos de la organización y, que a su vez, generen un impacto en las decisiones de los grupos de interés identificados. Seguramente nos encontraremos con temas que son relevantes pero que no tienen el mismo grado de importancia que otros, siendo por ello que, el Balance Social hará hincapié según el grado de prioridad de cada uno de ellos. La materialidad en el contexto de la sostenibilidad no se limita a aquellos aspectos o temas que tienen un impacto financiero en la organización



solamente, sino que presenta aquellos temas que tienen impactos sociales, ambientales, económicos y financieros para la organización y para sus grupos de interés. Se demuestra así que, no sólo se tienen en cuenta aspectos que impactan o puedan impactar en las decisiones económicas de los inversores o acreedores, sino que, se amplían los efectos y los grupos de interés. Consecuentemente con ello, se arriba a la siguiente conclusión: se debe revelar información sobre asuntos que afecten significativamente a la capacidad de la organización para crear valor al corto, medio y largo plazo.

2.3.1.4 Exhaustividad (s/ GRI G4) Integridad (s/RT 16 e IR)

La información contenida en el Balance Social debe ser completa. Se deben abordar todos los aspectos –sociales, ambientales, económicos y financieros– materiales y su cobertura, de modo que los grupos de interés puedan analizar el desempeño de la organización en el periodo analizado. El requisito de exhaustividad comprende tres dimensiones a considerar:

2.3.1.4.1 Alcance:

Se refiere al conjunto de aspectos o temas a informar –sociales, ambientales, económicos y financieros– permitiéndole a los grupos de interés analizar el desempeño de la organización. Pueden existir limitantes al alcance de la información:

2.3.1.4.1.1 Relación Costo- Beneficio

Los beneficios derivados de informar sobre un tema deben exceder a los costos de proporcionarlo, teniendo en cuenta el alcance y el nivel de especificidad para que el Balance Social cumpla con su objetivo principal.

2.3.1.4.1.2 Ventaja competitiva

Los temas relacionados con la ventaja competitiva, ej. estrategias críticas, se debe tratar de describirlas sin desvelar información específica que suponga la pérdida de esa ventaja competitiva.

2.3.1.4.1.3 Información orientada al futuro

Cuando existan requerimientos legales o regulatorios sobre cierta información orientada al futuro. Sabiendo que ésta información es más incierta que la información histórica, esa incertidumbre no debe ser un condicionante.

2.3.1.4.2 Cobertura:

Implica describir desde dónde se produce el impacto en cada aspecto o tema, es decir, tener en cuenta los impactos internos y externos de la organización que afectan a cada tema.

2.3.1.4.3 Tiempo



Se refiere a que la información sea exhaustiva con respecto al periodo determinado para el Balance Social.

2.3.2. Requisitos para definir la calidad del Balance Social:

Los requisitos enunciados dentro de este capítulo sirven para aportar calidad al contenido y presentación de la información comprendida en el Balance Social. Una información de calidad es importante para que los grupos de interés efectúen evaluaciones bien fundamentadas y razonables sobre el desempeño y adopten medidas oportunas.

2.3.2.1 Equilibrio (s/GRI G4 e IR) Neutralidad – Objetividad (s/ RT 16)

El Balance Social debe reflejar tanto los aspectos favorables como desfavorables – positivos como negativos– del desempeño de la organización a fin de propiciar una evaluación bien fundamentada sobre el desempeño general. La presentación general del contenido del Balance Social debe ofrecer una imagen imparcial del desempeño de la organización, evitando selecciones, omisiones y formatos de presentación que, dentro de lo razonable, puedan ejercer una influencia inadecuada sobre una decisión de un lector del Balance Social. Es por ello que en éste deben exponerse tanto los resultados positivos como los negativos, así como cualquier dato que pueda influir en las decisiones de los grupos de interés en proporción a su materialidad.

2.3.2.2. Comparabilidad (s/ GRI G4 y RT 16) Comparabilidad y Consistencia (s/ IR)

La información contenida en el Balance Social debe presentarse de manera tal que los grupos de interés puedan analizar la evolución del desempeño de la organización y que éste se pueda analizar con respecto al de otras organizaciones. Siendo por ello, la información debe reunirse, seleccionarse y divulgarse de manera sistemática. Los grupos de interés necesitan del Balance Social para poder comparar datos sociales, ambientales, económicos y financieros con:

- datos propios anteriores;
- con los objetivos de la organización; y
- con el desempeño de otras organizaciones.

La presentación de la información de manera uniforme permite que los grupos de interés, internos y externos, realicen análisis comparativos evaluando el progreso de la organización, las decisiones de inversión y otras actividades. Con respecto a las comparaciones entre distintas organizaciones, es importante considerar el tamaño de cada una, las influencias geográficas y otras consideraciones que puedan afectar el desempeño relativo de cada organización. De ahí la relevancia que el Balance Social contemple una descripción del contexto externo. Para facilitar las comparaciones a lo largo del tiempo, es importante mantener una cierta consistencia en las políticas, métodos utilizados para calcular los datos, preparación de la información y presentación. Dado que la materialidad de los temas para la organización y para sus grupos de interés varía con el paso del tiempo, es coherente que el contenido del Balance Social vaya variando. En caso de producirse cambios en la Cobertura,



Alcance y Tiempo, la organización, cuando sea posible, deberá presentar nuevamente los datos actuales junto con los históricos. No obstante, dentro de los límites del requisito de la materialidad, las organizaciones deben tratar que sus Balances Sociales sean consistentes a lo largo del tiempo. Frente a algún cambio significativo se debe explicar la razón del cambio.

2.3.2.3 Precisión (s/ GRI G4) Concisión (s/IR)

La información debe ser lo suficientemente precisa y detallada para que los grupos de interés puedan analizar el desempeño de la organización. Considerando que los indicadores –sociales, ambientales, económicos y financieros– pueden expresarse de manera variada, es decir, desde respuestas cualitativas a medidas cuantitativas detalladas. La precisión está marcada por una serie de características que varían en función del tipo de información y del destinatario de la misma. La precisión de la información cualitativa viene dada por el grado de claridad, detalle y equilibrio de la presentación. La información cuantitativa viene dada por los métodos específicos utilizados para recopilar, compilar y analizar los datos. El umbral específico de precisión viene dado por el uso que se le va a dar por parte del destinatario de la misma.

2.3.2.4 Puntualidad (s/ GRI G4) Oportunidad (s/RT 16)

Este requisito hace referencia a que la organización debe presentar el Balance Social con arreglo a un calendario regular, para que los grupos de interés dispongan de información en dicho momento y puedan tomar decisiones bien fundamentadas. La puntualidad se relaciona tanto con la regularidad de la emisión del Balance Social como con su aproximación a la realidad. Hay casos en que, para que no pierda su utilidad, la información debe presentarse antes de que todos los aspectos relacionados sean conocidos, lo que deteriora su confiabilidad. Si en el mismo caso, la presentación se demorase hasta que todos los aspectos sean conocidos, la información sería altamente confiable, pero de poca utilidad para que los grupos de interés puedan tomar decisiones. La organización debe buscar un equilibrio entre las necesidades de proporcionar información puntualmente y la importancia de garantizar que la información sea confiable o fiable. La organización debe comprometerse a proporcionar información de su desempeño –social, ambiental, económico y financiero- en un momento concreto, siendo necesario para ello, la consistencia en la frecuencia del Balance Social, de manera tal de garantizar la comparabilidad a lo largo del tiempo. Puede ser beneficioso para los grupos de interés que el Balance Social se presente en la misma fecha en que se presentan los Estados Financieros.

2.3.2.5 Claridad (s/ GRI G4 y RT 16)

La información debe ser presentada por la organización de modo que los grupos de interés puedan acceder a ella y comprenderla adecuadamente. Cualquiera de los grupos de interés debe poder ser capaz de acceder a la información sin tener que hacer un esfuerzo extraordinario. Se deben evitar los términos técnicos, siglas, jergas u otro tipo de contenido que pueda resultar desconocido para los grupos de interés.



Debe presentarse de forma comprensible de manera tal que los grupos de interés, que tienen un conocimiento razonable de la organización y de sus actividades, puedan comprenderla y tomar decisiones fundamentadas.

2.3.2.6 Fiabilidad (s/ GRI G4 e IR) Verificabilidad (s/RT 16)

La organización debe reunir, registrar, recopilar, analizar y divulgar la información y los procesos que se siguen para elaborar un Balance Social, de modo que se puedan someter a evaluación o que sean susceptibles de comprobación por cualquier persona con pericia/aptitud suficiente. La fiabilidad es necesaria para que la información sea confiable para los grupos de interés. La información y los datos deberán estar respaldados por documentación y controles internos que puedan ser verificados por personas distintas a las que elaboraron la información. El proceso para determinar el Contenido y la Cobertura de los temas, el proceso para determinar los grupos de interés claves, los sistemas de información; deben estar documentados para que éstos puedan ser examinados por un verificador externo a la organización.

2.4 Contenido básico del Balance Social

Los elementos que se describen a continuación, referidos en forma sintética, son los que incumben a todas las organizaciones que elaboran un Balance Social.

2.4.1) Estrategia, Análisis y Perfil de la organización

2.4.2) Aspectos Materiales y Cobertura

2.4.3) Participación de los Grupos de Interés

2.4.4) Perfil del Balance Social

2.4.5) Gobierno Corporativo

2.4.6) Ética e Integridad



2.4.1. Estrategia, Análisis y Perfil de la organización:

Se realiza una descripción general de la organización y de su entorno externo, describiendo qué es lo que hace la organización y cuáles son las circunstancias en las que opera. Es necesario identificar la misión y visión de la organización y asuntos sobre la cultura, la ética y los valores. Cómo la organización entiende a la sostenibilidad y alinea sus objetivos de negocio con ésta. Cómo la organización y los grupos de interés clave crean valor al corto, medio y largo plazo. Se debe describir cuáles son los impactos, riesgos y oportunidades de la organización en el ámbito de la sostenibilidad y en los grupos de interés. Describir cómo las tendencias, los riesgos y las oportunidades de la sostenibilidad están relacionados con las perspectivas de la organización y el desempeño económico, social y ambiental de la misma. Se detalla el nombre de la organización, la naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica, marcas, productos y servicios más importantes, principales actividades, localización de la sede central y sucursales, en cuántos países opera, desglose de mercados por tipo geográfico, por sectores y clientes; el panorama competitivo, la posición dentro de la cadena de valor y descripción de la cadena de suministros; determinar el tamaño de la organización por número de empleados, de operaciones, cantidad de productos o servicios que se ofrecen.

2.4.2 Aspectos materiales y cobertura:

Este elemento tiene como fin ofrecer una perspectiva de los procesos mediante el cual la organización ha determinado el contenido del Balance Social, los Temas o Aspectos Materiales y su Cobertura. Se debe describir el proceso que se ha seguido para determinar el contenido del Balance Social y la Cobertura de cada Aspecto. Es fundamental documentar el proceso de definición del contenido del Balance Social, la metodología, los supuestos y las decisiones adoptadas para facilitar el trabajo de análisis y verificación externa. Se espera que la organización sea transparente en cuanto a los criterios aplicados, de modo que los grupos de interés internos y externos, entiendan el proceso mediante el cual se ha determinado el contenido del Balance Social.

2.4.3 Participación de los Grupos de Interés:

Este elemento ofrece una visión global de la participación de los grupos de interés en la organización durante el periodo objeto de análisis. No se debe limitarse a la participación derivada de la elaboración del Balance Social. En este apartado se contempla la lista con los grupos de interés vinculados con la organización, indicando en qué se basa la elección de los mismos, siendo necesario explicar el proceso que siguió la organización para identificarlos. Se debe señalar qué cuestiones y problemas han surgido de la participación de los grupos de interés y qué evaluación realiza, en consecuencia, la organización. Se debe especificar qué temas o aspectos plantearon cada grupo de interés.



2.4.4 Perfil del Balance Social:

Dentro de este elemento encuentro una visión global de la información básica del Balance Social, el periodo objeto de análisis, la fecha del último Balance Social (de corresponder), el ciclo de presentación (anual, periodos intermedios) y una dirección de contacto para evacuar dudas sobre el contenido del Balance Social. Se debe presentar un Índice de contenido GRI indicando qué opción se eligió, opción esencial o exhaustiva de conformidad con la Guía. Y por último se debe facilitar el enfoque con relación a la verificación externa (de corresponder), describiendo las políticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Balance Social, la relación entre la organización y los proveedores de la verificación, y una descripción del órgano de gobierno sobre si ha sido partícipe de la solicitud de verificación externa.

2.4.5 Gobierno Corporativo:

Dentro de este elemento se aborda cómo funciona la estructura de gobierno corporativo en una organización para apoyar la habilidad de la misma para crear valor al corto, medio y largo plazo. Se aporta una visión global de:

2.4.5.1 Estructura y su composición

Es necesaria una estructura y composición transparente del órgano de gobierno, ya que favorecen la rendición de cuentas por parte de los órganos y las partes interesadas. Se debe indicar quién/es son los responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones sociales, ambientales, económicas y financieras, describiendo los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano de gobierno. Cómo está compuesto, nombres, cargos, antigüedad en el mismo.

2.4.5.2 Papel del órgano de gobierno a la hora de establecer propósitos, valores y estrategias

El órgano de gobierno marca la pauta de la organización, desempeñando un papel fundamental a la hora de establecer los propósitos, valores, estrategias y objetivos sociales, ambientales, económicos y financieros.

2.4.5.3 Evaluación de las competencias y el desempeño del gobierno corporativo

Describe la buena predisposición y capacidad del órgano de gobierno para comprender, debatir y dar respuesta a los impactos sociales, ambientales, económicos y financieros.

2.4.5.4 Función del gobierno corporativo en la gestión del riesgo

Se describe si el órgano de gobierno es responsable de la gestión del riesgo y de su eficacia general. Identificación y gestión de los impactos, los riesgos y oportunidades de carácter social, ambiental, económico y financiero.



2.4.5.5 Función del gobierno corporativo en la elaboración del Balance Social

Se describe en qué medida participa el órgano de gobierno en el desarrollo del Balance Social, revisando y asegurando que todos los aspectos o temas materiales queden reflejados en el mismo.

2.4.5.6 Función del gobierno corporativo en la evaluación del desempeño social, ambiental, económico y financiero

Ayuda a comprender cómo el órgano de gobierno participa en la evaluación del desempeño de la organización y su vinculación en la respuesta a las conclusiones de dicho seguimiento.

2.4.5.7 Retribución e incentivos

Se refiere a las políticas de remuneración, a fin de que los acuerdos en este ámbito sean acordes con los objetivos estratégicos de la organización, se alineen con los deseos de los grupos de interés y favorezcan la contratación, motivación y retención de los miembros del órgano de gobierno.

2.4.6 Ética e integridad:

Se presenta una descripción de los valores, principios y normas de la organización como el código de ética o conducta de la misma. Se explica cómo se han desarrollado, aprobado y aplicado. Incluye una descripción de los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pos de una conducta lícita y ética, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento. Y por último una descripción de los mecanismos internos y externos de denuncias de conductas poco lícitas o éticas, tales como las notificaciones a directivos o líneas telefónicas de ayuda.

3. CONCLUSIONES

Una vez analizados los mismos y fundamentado su capacidad para definir un Marco de conceptos, se arriba a las siguientes conclusiones:

- ✓ Respecto a la RS, la investigación nos permite afirmar que no existe una única definición de RS y que la misma ha evolucionado a través del tiempo, alcanzando firmeza y claridad. La responsabilidad por los impactos se erige por sobre el compromiso voluntario, que otrora liderara.
- ✓ El instrumento comunicacional es el BS y sus objetivos proveer información sobre el desempeño social, económico y ambiental.
- ✓ Los requisitos de la información contenida en el BS propuestos se basan en los establecidos por la Global Reporting Initiative en su versión 4 (GRI G4) , Marco Internacional Reporting Integrado (IR) y la Resolución Técnica nº 16 del Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y Auditoría (CENCyA) de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE).



- ✓ Respecto al contenido básico del BS se tienen en cuenta los lineamientos del estándar GRI G4.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Autores: Abreu, J. L. y M. Badii. International Journal of Good Conscience. 2 (1): 54-70 .(p. 62) Octubre 2006- Marzo 2007- ISSN 1870-557X [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf)
- CEMEFI, Centro Mexicano para la Filantropía, "El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial", Cajiga Calderón, Juan Felipe, p.4, http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, Comunicación de la Comisión relativa a La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, Bruselas, 2002, p. 3 http://www.aeca.es/comisiones/rsc/documentos_fundamentales_rsc/ue/comunicacion.pdf
- COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las Empresas Bruselas, 25.10.2011 COM(2011) 681 final
- Decreto Ley 517 (2011) de la Provincia de Salta
- Definición de RSE <http://www.accionrse.cl/index.php?op=que-es-rse>
- FUNDAMENTACIÓN LÓGICO-FORMAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, Tesis Doctoral, Solano Santos, Luis Felipe, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 2006, p. 82 archivo en formato pdf en <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t29376.pdf>
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI G4) (2013), Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad Versión 4.0, archivo en pdf en www.globalreporting.org
- INFORME DEL FORO DE EXPERTOS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS, P.7, 3º párrafo. http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf



- ISO 26000, UNA GUÍA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES. Autores: A. Argandoña y R. I. Silva p. 11 . Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE. Business School. Universidad de Navarra. Cuaderno N° 11 (2011)
- Ley nº 8761 (2015) de la Provincia de Tucumán
- MARCO INTERNACIONAL REPORTING INTEGRADO <IR> (2014) por el International Integrated Reporting Council (el IIRC), archivo en formato pdf en www.theiirc.org
- MARCO CONCEPTUAL DE LAS NORMAS CONTABLES PROFESIONALES RESOLUCIÓN TÉCNICA 16 (2000), de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE)
- MARCO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, AECA, Moneva, José Mariano y Lizcano, José Luis, <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf> (2204)
- Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. Autores: A. Prado, J. Flores, L. Pratt y E. Ogliastri, p. 9 (2004) http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/904_marco_logico_y_conceptual.pdf
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL, ¿Qué es la RSE? [http://www.onudi.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1\[g1\]/0/](http://www.onudi.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1[g1]/0/)
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) COMO VENTAJA COMPETITIVA. Autor: M. R. Momberg. Cap. I <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Concepto%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>
- Responsabilidad Social Empresarial: una visión integral. Autores: J.L. Abreu Quintero y J. G. Cruz Álvarez. Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, p. 81, México (2011) http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/8.1/A4.pdf
- Responsabilidad Social Corporativa: una nueva cultura empresarial. Autor: Dr. Ricardo Fernández García. (P. 24) Editorial Club Universitario (2009)
- Soledad Teixidó, Reinalina Chavarri y Andrea Castro (2002) Fundación PROhumana de Chile