

Especialización en Contabilidad Superior y Auditoría

- 2ª EDICIÓN -

FACULTAD DE de CIENCIAS ECONÓMICAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

TÍTULO:

“Responsabilidad Social Empresaria y Balance Social. Su Aplicación en la Provincia de Misiones”

AUTORA: GLORIA ROSALÍA ADARO

CELULAR: 0376 -154579054

DOMICILIO: Calle 120 – N° 6710 – Posadas – Misiones

TUTOR ORIENTADOR DESIGNADO: C.P.N. Daniel Pedro Ordoñez

Fecha de entrega: 01 de Julio de 2013

Trabajo Original

Responsabilidad Social Empresaria y Balance Social Su Aplicación en la Provincia de Misiones
Adaro, Gloria Rosalía



11ECSA

Índice

1. Síntesis.....	2
2. Introducción.....	3
3. Objetivo del trabajo.....	4
4. La responsabilidad Social Empresaria.....	5
4.1. ¿Qué es la Responsabilidad Social?.....	10
4.2. Beneficios de ser socialmente responsable.....	11
4.3. Fuentes de RSE.....	12
4.4. Su difusión en la provincia.....	15
4.5. Referentes locales que difunden información sobre RSE.....	15
4.6. Su aplicación en las pequeñas y medianas empresas del medio.....	17
4.7. La importancia de comunicar la RSE.....	24
5. El rol del estado.....	26
6. Balance Social	27
6.1. Importancia y Beneficios del Balance Social	30
6.2. Factores claves para elaborar el Balance Social	31
7. Resolución Técnica N° 36.....	33
8. Interpretación N° 6.....	36
9. Legislaciones Provinciales.....	36
10. Conclusiones.....	43
11. Bibliografía.....	45

I. SINTESIS

La responsabilidad empresarial consiste en conservar el éxito económico y obtener una ventaja competitiva creando una buena reputación y ganando la confianza de las personas que trabajan para la empresa o viven cerca de ella.

La actividad económica de la provincia de Misiones es desarrollada por pequeñas y medianas empresas y quienes están al frente de las mismas saben de forma instintiva que actuar de forma correcta -satisfacer a los clientes, motivar a los trabajadores, preocuparse por los proveedores, ser un buen miembro de la comunidad y proteger el medio ambiente- influye en el aspecto económico, pero pocos saben que "responsabilidad empresarial" significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa.

Resulta indispensable que este sector de la economía provincial tome conciencia del importante rol que puede jugar en el desarrollo sustentable y equilibrado, con inclusión social tanto nivel local como regional incorporando a su estrategia de negocios conductas socialmente responsables.

Por su parte, el estado provincial a través de la legislación debe guiar a las empresas hacia un comportamiento socialmente responsable y proponer el uso del Balance Social como herramienta de medición y comunicación de las acciones económicas, sociales y ambientales que las empresas realizan.

II. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) hoy es concebida como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familiares, la comunidad local y la sociedad en general. Trasciende la filantropía y pasa a ser parte inherente de la estrategia corporativa, permitiendo lograr el éxito comercial respetando los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Ningún ente u organización puede razonablemente, pensar en su sustentabilidad, sin transparentar a la sociedad sus actividades, la marcha de sus negocios, el manejo de sus recursos humanos, su estrategia medioambiental y su inserción en la comunidad.

El instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresaria es el Balance Social.

El Balance Social es un complemento del balance financiero publicado anualmente por la empresa, en el cual da cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversores, accionistas y a la comunidad en su conjunto.

La emisión de información socioeconómica a través de los Balances Sociales y su evaluación, permite a la profesión contable realizar un aporte a la comunidad en pos de contribuir a un desarrollo más humano.

Las acciones de Responsabilidad Social Empresaria tienen mayor acogida y difusión entre las grandes corporaciones. Ellas difunden información sobre sus prácticas responsables y transparentes y toda la comunidad accede a ella.

Sin embargo la actividad económica de cualquier país o región también es impulsada por el conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas, ellas siempre están cerca de

su comunidad e intentan ser buenos miembros de ésta. En realidad, muchos empresarios saben de forma instintiva que actuar de forma correcta, satisfacer a los clientes, motivar a los trabajadores, preocuparse por los proveedores, ser un buen miembro de la comunidad y proteger el medio ambiente influye en el aspecto socioeconómico.

Esta es la realidad de la provincia de Misiones, cuya actividad económica es desarrollada en gran medida por pequeñas y medianas empresas.

Según la última edición del informe de Evolución de la Distribución Funcional del Ingreso, que elabora trimestralmente el INDEC, ubica al sector privado misionero como el mayor demandante de mano de obra de todo el NEA. Por lo tanto ellas pueden jugar un rol importante en la mejora social de la provincia.

Mediante el presente trabajo se pretende indagar y conocer cuál es el desempeño de las empresas del medio en términos de RSE y el rol del estado como impulsor de una legislación acorde, que promueva la RSE como modelo de gestión responsable y sostenible y la comunicación del accionar responsable mediante la presentación de Balances Sociales.

III. OBJETIVOS

Considerando que existe un segmento conformado por pequeñas y medianas empresas que desempeñan un rol importantísimo en la economía de la provincia de Misiones, interesa conocer si las mismas son parte activa del desarrollo sostenible y del cuidado del medioambiente y difunden información por medio de balances sociales, sobre sus prácticas responsables y transparentes a toda la comunidad.

Son muchas las posibilidades que un estilo de gestión responsable puede generar para los sectores que trabajan, permitiéndoles salir de su situación de pobreza y exclusión. Y múltiples las ventajas que ellas pueden obtener al transparentar y comunicar su desempeño, no sólo económico, sino también ambiental y social.

Por otra parte teniendo en consideración la función del Estado, vinculada a fomentar el bienestar general de la sociedad, se pretende establecer si ha comprendido que, para enfrentar con éxito los desafíos de la desigualdad, exclusión y deterioro del medioambiente, es indispensable contar con legislación adecuada y promover alianzas con el sector privado, que es el sector con capacidad para generar riqueza, oportunidades de trabajo y bienestar.

4. Responsabilidad Social Empresaria.

4.1. ¿Qué es la Responsabilidad Social?

La Responsabilidad Social Empresaria se ha convertido en un modelo de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Es un compromiso voluntario que asume una organización junto a sus grupos de interés, que busca conciliar el crecimiento y la competitividad con el desarrollo social y la mejora del medioambiente.

Hoy la sociedad demanda a las empresas gestiones transparentes, responsabilidad en la utilización de los recursos naturales y el cuidado del medio ambiente. Por ello

comprender los impactos económicos, sociales y medioambientales que genera la actividad empresarial, y visualizar los beneficios de la incorporación de la RSE como modelo de gestión responsable y sostenible a la estrategia empresarial beneficia al propio negocio, asegurando su permanencia sustentable en el largo plazo y a la sociedad en su conjunto, evitando el deterioro social y ambiental. Aquellas empresas que comprendan esta tendencia y actúen en consecuencia, obtendrán un elevado nivel de lealtad por parte de sus consumidores, les darán una ventaja comparativa respecto a otros productores semejantes. Las que no, posiblemente queden relegadas.

Actualmente el tema de la RSE es patrimonio de las grandes corporaciones y empresas multinacionales que por diversos motivos llevan adelante políticas y estrategias de sustentabilidad e informan de ello a sus grupos de interés y a la sociedad en general. Pero existe un importantísimo segmento conformado por los innumerables entes micro, pequeños y medianos que conforman la base de todo sistema económico en cualquier país o región que tienen el derecho y la obligación de ser parte activa del desarrollo sostenible y del cuidado del medioambiente, poniendo en práctica una gestión ética y socialmente responsable. Es imposible pensar en un futuro autosustentable sin incluir o incorporar a estos entes.

La inclusión de acciones de responsabilidad social, no implican grandes esfuerzos en términos monetarios, pero sí un cambio de actitud de las personas y que estas prácticas pueden implantarse a partir de la decisión y compromiso de sus directivos conjuntamente con la participación e involucramiento de todo el personal. Es decir, la RSE debe formar parte de la cultura empresarial. Luego, la rentabilidad puede ser alta, para la organización y la comunidad.

La RSE no es un conjunto de acciones aisladas, sino una forma de gestionar la organización. Es el resultado de la reflexión, planificación y ejecución orientadas a compatibilizar la satisfacción de necesidades económicas con el desarrollo social de un territorio.

Las pequeñas y medianas empresas pueden percibir el concepto de RSE como una amenaza y una carga más que tengan que incorporar o lo ven como algo innecesario, con poca aplicabilidad. Esto ocurre, en gran medida, porque las empresas aun desconocen el concepto pero cuando se les explica lo que es, las pymes identifican que ya están desarrollando algún tipo de estas prácticas RSE.

Para integrar la RSE a la gestión de cualquier empresa basta con establecer cuál es su esfera de influencia, que decisiones y actividades puede controlar, cuáles son sus prioridades y recursos para adoptar y poner en marcha las medidas acordes con su negocio.

Las empresas más pequeñas tienen en realidad un impacto mayor, ya que están siempre más cerca de las comunidades a las que sirven.

El impacto que produce con sus actos una micro empresa conformada por pocas personas, manejo limitado de recursos financieros y materiales, es proporcional a su tamaño, e irá aumentando a medida que crezca y se desarrolle económicamente. Por lo tanto si consideramos al conjunto de micro emprendimientos los efectos sobre un barrio, una localidad, los clientes y proveedores se pueden potenciar adoptando acciones conjuntas.

La gran mayoría de las empresas que actúan en Misiones pertenecen al sector de la pequeña y mediana empresa; es necesario que ellas no queden al margen, resulta indispensable potenciar la importancia del papel que ellas pueden jugar en el impulso de la responsabilidad social empresaria a nivel local, regional.

En su quehacer cotidiano las empresas llevan a cabo acciones que puede considerarse dentro del concepto de RSE, tales como capacitación continua del personal, participación y desarrollo de proyectos comunitarios, conservación del medioambiente mediante la adopción de medidas tales como reducción del uso de sustancias tóxicas y generación de residuos, mantenimiento de la biodiversidad. Cuando un empresario promueve la formación del personal, se esfuerza por conseguir un clima y condiciones de trabajo adecuadas, colabora con asociaciones civiles, procura satisfacción de la clientela brindando el mejor servicio o producto está siendo socialmente responsable.

Sin embargo estas acciones no trascienden. Las razones pueden hallarse en falta de conocimiento por parte de las empresas, de que estas actividades constituyen prácticas de RSE, y de la importancia que adquiere transmitir y concientizar a clientes, empleados, comunidad y a la prensa local de sus esfuerzos de responsabilidad empresarial.

Muchas pequeñas empresas no dan a conocer sus actividades de RSE, algunas para mantener un perfil bajo y no dar la impresión de utilizarlo como un auto elogio, o como estrategia de marketing. Otras piensan que hacer publicidad de la RSE es cosa exclusivamente de grandes empresas. Muchas empresas lo siguen vinculando a la acción social y lo relacionan con grandes corporaciones. Y para otras, la

responsabilidad social es algo tan completamente natural que nunca se les ocurriría hablar de ello.

Sin embargo si permiten que se sepa lo que están haciendo en el área de la responsabilidad social, estarían proporcionando la información sobre los valores de la empresa. Esto, no sólo abrirá las puertas para mejorar la competitividad sino que podría animar a otros a seguir sus pasos.

Cada decisión o actividad que lleva a cabo una empresa tiene un impacto directo o indirecto sobre determinados grupos: clientes, trabajadores, proveedores, administración pública, organizaciones civiles, denominados grupos de interés o stakeholders y pueden clasificarse en:

- ✓ Internos: propietarios o accionistas, empleados, gerentes.
- ✓ Externos: clientes, proveedores, competencia, administración pública, organizaciones.

Las relaciones con los grupos de interés se materializan en el diálogo y en las acciones que la empresa desarrolla. Es por ello que debe ser consciente del impacto que produce su actividad respecto de cada grupo, debe dedicar recursos y tiempo. De esta manera se crea valor, ya no solo para los accionistas, función económica tradicional de la empresa, sino para todos los grupos de interés, concepción social de la empresa.

Actuando conforme a esta concepción social, dando respuestas a las expectativas de los grupos de interés, la empresa genera impactos positivos y, como contrapartida, puede obtener beneficios económicos, de imagen u otros que a corto, mediano o largo plazo, mejoran los resultados económicos de la misma.

4.2. Beneficios de ser socialmente responsables.

Una PYME sostenible crea valor; y no sólo valor económico, sino también valor ambiental y social.

La empresa es realmente mejor cuando además de lograr sus objetivos empresariales, aporta beneficios a sus colaboradores, sus proveedores, las familias de sus trabajadores, a su entorno, al medio ambiente.

La empresa que hace responsabilidad social tiene primero un beneficio propio: mayor productividad (con principios vigentes para las empresas socialmente responsables: honestidad, transparencia y servicio, fundamentando su actuar en calidad de vida de la empresa) y luego uno de los grandes beneficios es que cuenta con un buen plantel de personal eficiente y feliz. Esto se da porque allí la gente no trabaja sólo por ganar un sueldo, sino para sentir que está entregando su labor a una organización que es un 'buen ciudadano'. Entonces, cuando la organización opera bajo estos parámetros, la gente se siente mucho más motivada a aportar ideas, redundando en la generación de un mejor clima laboral, mayor cohesión interna, retención del personal calificado. Ser un empresa socialmente responsable también trae grandes beneficios para los empleados, tales como que en estas empresas se contrate a personas con capacidades diferentes con resultados satisfactorios para ambas partes. Otros beneficios sociales derivados de su accionar responsable son:

- Mejora la flexibilidad interna de la organización, lo que supone una mejor adaptación a los cambios.
- Fomenta la participación de las personas trabajadoras.
- Ayuda a la creación y consolidación de empleo estable y de calidad.

- Contribuye al desarrollo profesional de los miembros de la organización.
- Motiva y fideliza las personas que forman parte de la organización (atracción y retención de talento).
- Mejora el clima laboral y por consiguiente, la productividad.
- Disminuye el ausentismo.
- Fomenta la creación de talento colectivo, permite llevar a cabo una política innovadora.
- Mejora de las relaciones con la comunidad y demás grupos de interés.

También genera una buena reputación de la empresa y por tanto fidelidad en los clientes. Los consumidores eligen mucho más que calidad en los productos que consumen, prefieren a las compañías que son transparentes, cuidan el medioambiente, respetan los derechos humanos. Es decir, los consumidores, a pesar de las penurias económicas, dicen que pagarían un poco más por productos de empresas socialmente responsables.

No solo mejora la imagen ante los consumidores sino de la comunidad empresarial atrayendo quizá nuevas inversiones, aunado a ello se pueden reducir gastos de productividad, es por ello que ha habido un gran auge en el tema del reciclaje, le dan un valor agregado a sus productos ayudando al medio ambiente.

Esto también produce diferenciación frente a la competencia y mejores relaciones comerciales, contribuye a mejorar el posicionamiento de la firma y diferenciación de la marca respecto de la competencia.

- Anticipa futuras necesidades y la mejora de la adaptación al cambio.

- Identifica nuevos mercados y nuevas ideas de negocio, dada la participación activa con la comunidad.
- Promueve la innovación y el impulso de la imagen de la organización.
- Permite ver cómo está funcionando la empresa. Contribuye a la mejora de la gestión empresarial puertas a dentro y fuera de la empresa.
- Crea una cultura empresarial propia con la consiguiente mejora de la productividad y eficiencia de las personas trabajadoras.
- Mejora la relación con agentes fundamentales como los sindicatos o poderes públicos.
- La RSE pone de manifiesto debilidades o potencialidades de la organización que antes se desconocían. Se pueden evitar ciertos riesgos como por ejemplo el riesgo ambiental, multas, riesgos laborales que reducen los gastos y pueden generar valor.
- La RSE puede adelantar a cambios que se puedan generar en un futuro. Es decir, lo que hoy es una práctica de Responsabilidad Social, mañana puede ser una cuestión regulada por una normativa y de cumplimiento obligatorio.

Si bien estas acciones quizá involucren algún tipo de gasto finalmente, si se toman en cuenta los beneficios, las empresas al volverse socialmente responsables están haciendo una gran inversión tanto a corto como a largo plazo.

4.3. Fuentes de la RSE.

Normativa Internacional:

Se refiere a normas de derecho internacional, tratados o acuerdos celebrados entre países, que vinculan a aquellos que los hayan celebrado y en consecuencia a las

empresas que operan en sus territorios. Emanan de organismos tales como la ONU o la OIT son de cumplimiento obligatorio. Ejemplo: Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) Convenciones Laborales de la OIT (1948), Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (2005).

Normativa Nacional:

La legislación vigente y los diferentes programas que las administraciones locales, provinciales, nacionales, ponen a disposición de las empresas. Ejemplos:

-Constitución Nacional. Arts. 41(Preservación del Ambiente) y 124 (facultades a las provincias a las que corresponde el dominio originario de los recursos naturales existentes en su territorio);

-Ley 25.612 de Gestión integral de residuos industriales y cavidades y servicios.

- Ley 25.916 de Gestión de residuos domiciliarios.

- Ley 26.331 de Presupuestos mínimos de protección ambiental de los bosques nativos.

- Ley 25675 general del ambiente.

Principios de cumplimiento voluntario:

Se basan en recomendaciones o instrumentos voluntarios que deben respetar las empresas que los hayan suscrito.

Emanan de las organizaciones públicas y privadas, fruto de iniciativas voluntarias que deben ser cumplidos por las empresas suscriptoras. Ejemplos:

- Aplicación de indicadores de RSE según GRI, La guía proporcionan un marco de referencia para que una organización informe acerca del desempeño

económico, ambiental y social, con independencia de su tamaño, sector o localización.

- O modelos en alguno de los ámbitos de la RSE como las ISO 26.000, norma internacional que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y sobre las maneras de integrarla en las estrategias, sistemas, prácticas y procesos de la organización.
- O bien los indicadores ETHOS como herramienta de medición y seguimiento de los resultados y normativas modelo para la elaboración de indicadores de autoevaluación y aprendizaje de la RSE.
- Pacto Global es un instrumento de las Naciones Unidas es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones. La entidad que adhiere al Pacto Global asume voluntariamente el compromiso de ir implantando los diez Principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso de implantación, mediante la elaboración de Informes de Progreso.
- IARSE, genera información y conocimiento, desarrolla nuevas herramientas de gestión responsable de las empresas, divulga buenas prácticas en materia de RSE; promueve un compromiso gradual y creciente por parte de las empresas en hacer del ejercicio de la RSE una verdadera práctica profesional.
- Normas ISO 9000 sobre sistemas de gestión de calidad.
- Normas ISO 14000 sobre sistemas de gestión ambiental.

4.4. Su difusión en la provincia.

Si lo que se pretende con la RSE es que las empresas alcancen compromisos más allá de la legislación vigente en el ámbito social y ambiental y que ellas promuevan y difundan la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria, para impulsar el desarrollo sustentable de la provincia, las pequeñas y medianas empresas deberían ser objeto de un proceso de diagnóstico con el objeto de conocer su situación en materia de RSE, de esa manera, es factible elaborar un plan de mejora que contemple las acciones a emprender para afianzar la implantación de la RSE en la estrategia del negocio.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) y Grupo Solidario realizaron un estudio, mediante una encuesta aplicada a una muestra total de 100 empresas de la zona. Según los resultados esbozados, del total de compañías encuestadas el 90% afirmó que la empresa puede jugar un rol importante en la mejora social; mientras que más de la mitad (62%) destacó que lleva alguna iniciativa en materia de Responsabilidad Social. Sin embargo, y de acuerdo a datos que se relevaron en la investigación, la mayoría realiza este tipo de acciones de manera aislada y desde una perspectiva filantrópica.

4.5. Referentes locales que difunden información sobre RSE.

- **Asociación Civil Grupo Solidario:** entidad de carácter civil, sin fines de lucro, en jurisdicción de la Ciudad de Posadas, de la Provincia de Misiones.

Tiene como finalidad social:

- 1) Promover el desarrollo de la solidaridad y el voluntariado;
- 2) Fortalecer el crecimiento y desarrollo de las organizaciones sociales;

3) Fomentar la realización de actividades, campañas y eventos para causas solidarias;

4) Impulsar la mejora de la calidad de vida de la sociedad de la región a través del apoyo, diseño, financiación y la ejecución de programas solidarios, con especial enfoque en la niñez, apoyando el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio adoptados por la Organización de las Naciones Unidas.

5) Fomentar la Responsabilidad Social.

6) Propender a la capacitación de las organizaciones sociales y sus recursos humanos, la realización de estudios e investigaciones específicos así como también la publicación y divulgación de lo relacionado con la temática social, la actividad solidaria y el desarrollo.

- **Confederación Económica de Misiones (CEM).**
- **Empresas por la Infancia (ExI):** es una iniciativa generada por Fundación Arcor, Save the Children y UNICEF, que desde el año 2006 desarrolla acciones con el objetivo de movilizar en el sector privado prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) desde la visión de los derechos de la Infancia (RSE-I). en la provincia
- **Subsecretaría de Relaciones Públicas de la Secretaría Privada del Gobernador, Fundación para el Desarrollo Humano y el Ambiente, la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Católica de Santa Fe, la Fundación Expoterra, la Fundación Observatorio de Responsabilidad Social, el Ministerio de Trabajo y Empleo, el Ministerio de Cultura, Educación, Ciencia y Tecnología, y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).**
- **Universidad Nacional de Misiones.**
- **Cámara de Comercio e Industria de Posadas.**

- **Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Misiones.**
- **Instituto Provincial de Lotería y Casinos Sociedad del Estado (IPLyC SE).**
- **Fundación Compromiso.** Implementa programas de desarrollo local con el objetivo de promover agendas y proyectos territoriales que incorporen estrategias de articulación público–privada, responsabilidad social empresaria y participación ciudadana. Brinda capacitación y asistencia técnica a empresas, gobiernos locales, organizaciones de la sociedad civil.

4.6. Aplicación de RSE en las empresas del medio.

Parafraseando la carta introductoria del libro "Negocios para el Desarrollo" firmada por los Presidentes del Proyecto "Modos de Vida Sostenibles del WBCSD", "...la mayor parte de la población mundial no tiene acceso a los mercados y se encuentra atrapada en la pobreza. Para el año 2050, el 85% de la población mundial, aproximadamente nueve mil millones de personas, se encontrará en los países en desarrollo, si esta gente no se incorpora al mercado,... las empresas no podrán prosperar y no existirán los beneficios de un mercado global". En la misma publicación se destaca que: "Claramente es de beneficio mutuo apoyar a las sociedades para que tomen un camino más sostenible. No hay respuestas perfectas, ni soluciones perfectas, pero con casi 3.000 millones de personas viviendo en la pobreza, la urgencia del reto es impactante. No podemos darnos el lujo de esperar. Lo que podemos hacer es dar a las empresas los medios para mejorar su contribución al desarrollo, permitiendo a las empresas que hagan mejor lo que mejor saben hacer: crear bienestar y oportunidades".

Según datos que revela el INDEC, Misiones es la provincia con mayor empleo privado registrado del NEA, con una diferencia de 40% sobre Chaco y Corrientes. En 2012 se agregaron 500 puestos de trabajo a la demanda total de las empresas. La última edición del informe de Evolución de la Distribución Funcional del Ingreso, que elabora trimestralmente el INDEC, ubica al sector privado misionero como el mayor demandante de mano de obra de todo el NEA. El año pasado, las empresas dieron trabajo registrado a 100.450 personas.

La incidencia del comercio como mayor empleador, se incrementó de 18,7 a 22,2 por ciento del total de la población ocupada, la de la industria cayó de 13 a 9,1 por ciento y la participación del sector público como empleador se mantiene en el orden del 11 por ciento.

El mayor incremento en la cantidad de puestos de trabajo se produjo en Posadas, donde se incorporaron siete mil de los nuevos diez mil ocupados.

En el interior en cambio, la cantidad de ocupados creció en 3.300 nuevos puestos de trabajo, la desocupación bajó de 7.100 a 5.800, pero se incrementó significativamente la cantidad de personas inactivas, de 178.200 en 2011 a 191.600 el año pasado. Es decir que el total de los 20.000 inactivos que incorporó Misiones en 2012 están fuera de la capital provincial.

Del total de población ocupada, 37,5 por ciento vive en Posadas y el restante 62,5 en el interior. Respecto a la distribución por sexos, 60 por ciento son hombres y 40 por ciento mujeres. Dos terceras partes de la población inactiva son mujeres. Por cada mujer que no tiene ni busca trabajo en Posadas hay dos en la misma condición en el interior.

Si consideramos los datos que revela el INDEC observamos que las pequeñas y medianas empresas desempeñan un rol importantísimo en la economía local, son generadoras de fuentes de trabajo para gran parte de la población local, por esa razón es necesario extender el conocimiento en materia de RSE, solo de esa forma es posible alcanzar el desarrollo sostenible.

También desde el Estado es de gran importancia se promocióne la capacitación en responsabilidad social y la educación ambiental.

En esa misma dirección resulta conveniente la creación de un espacio colectivo de incidencia local y regional en materia de Responsabilidad Social y Sustentabilidad, orientado a fomentar la articulación y participación en la generación de políticas públicas relativas a los distintos sectores.

A continuación se enuncian algunos casos concretos de acciones de RSE puestos en práctica en la provincia. Algunos constituyen experiencias de explotación de recursos naturales de manera responsable y sustentable.

-El parque Nacional Iguazú fue creado en el año 1934, con el objeto de conservar una de las mayores bellezas naturales de la Argentina: las Cataratas del río Iguazú, junto al espléndido marco de la selva subtropical que las rodea. Ubicado en el norte de la Provincia de Misiones (en el Departamento Iguazú), abarca una superficie de 67.000 hectáreas. Al norte, separado por el río Iguazú que forma el límite internacional, se encuentra su par brasileño. En el año 1984 ambos fueron declarados Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO constituyen un área visitada por más de 1.200.000 turistas anuales.

Con el objeto de fomentar el desarrollo del turismo sustentable en este Parque Nacional, en el corriente año 2013, la provincia procedió a la firma del Acta Compromiso para verificaciones iniciales de cumplimiento de criterios globales de turismo sostenible de la empresa Rainforest Alliance, entre la Subsecretaría de Ecoturismo y los representantes de doce establecimientos turísticos de primer nivel radicados en la localidad de Iguazú. A través de este convenio se dio inicio a un proceso de verificación a los doce establecimientos que, una vez aprobados por Rainforest, le darán un valor agregado tanto al ecoturismo de Misiones como a las empresas participantes, con un fuerte posicionamiento a nivel mundial en materia de sustentabilidad. Esta experiencia ha sido realizada en varios países de América Latina, Centro América, Ecuador, Perú y será Misiones la primer provincia de la Argentina en concretar el camino al desarrollo del turismo sustentable, liderando el proceso de sustentabilidad turística en el país.

- Otro caso de RSE es el de la empresa encargada de los servicios del Parque Nacional Iguazú, "Iguazú Argentina", concesionaria de las instalaciones de infraestructura para la atención de los visitantes que, desde 2001, lleva adelante su estrategia de RSE a través del turismo sustentable, desarrollando vínculos y programas que benefician e involucran a la comunidad.

Esto se lleva a cabo mediante la implementación de programas de RSE de Parques Nacionales con Iguazú Argentina.

Parques Nacionales creó un comité de control de servicio que ofrece la empresa concesionaria desde que se empezó a operar. El objetivo es la preservación del medio ambiente y dotar al parque de infraestructura para facilitar la accesibilidad a todas las

personas, como el tren encargado del traslado de personas para recorrer el parque que ha sido acondicionado especialmente para personas con discapacidades motrices, al igual que otros sectores del parque adaptados para que personas con deficiencia visual cuentan con un centro de interpretación y carteles en braille que explican los recorridos, son algunos de las acciones llevadas a cabo por la firma concesionaria.

Asimismo, en el municipio de Iguazú y el área del Parque Nacional Iguazú es posible observar la Responsabilidad Social del Estado (municipio, provincia, de parques nacionales) plasmada en programas de cuidado y resguardo de nuestras reservas naturales.

En el marco programa del Ministerio de educación “Conociendo mi provincia con mi escuela”, aplicable a los colegios públicos primarios para alumnos del 4º grado con la finalidad de conocer lugares de interés de la toda la provincia en 2002 se firma un convenio entre la concesionaria Iguazú Argentina y el ministerio de educación para que los alumnos de la provincia, fundamentalmente de menores recursos conozcan las cataratas, cubriendo los gastos de de viaje y almuerzo, incluyendo a los docentes que acompañan los grupos y se implementaros clases de educación ambiental dictadas en los establecimientos escolares.

- Una nueva tendencia de la RSE se incorporó en agosto de 2011, la protección de hectáreas en peligro y plantación de árboles Las empresas se volvieron aliadas en la lucha contra el cambio climático.

Una de las acciones de RSE en materia de protección de bosques fue desarrollada por la aseguradora Allianz junto a la fundación Banco de Bosques, también representante local de la certificación internacional FSC. En agosto del año 2011 la empresa lanzó

una iniciativa a través de la cual se comprometió a donar un metro cuadrado de selva misionera en riesgo, al ser un área no protegida, por cada póliza electrónica que se adhiera. La compañía buscaba desde 2009 incrementar el número de pólizas digitales, sin suerte. Lanzaron la iniciativa y en apenas tres meses la cantidad de pólizas emitidas se incrementaron en un 86%. Pasaron de 5.000 a 9.400, logrando que hoy el 5% de las pólizas sean electrónicas. El resultado no fue sólo de negocio, sino que la acción representa un buen ejemplo de vinculación de la política de RSE con el negocio de la compañía. A noviembre de 2011, se habían donado mediante esta acción, 9.400 metros cuadrados de selva misionera, un lugar en el que vive el yagareté y cientos de especies autóctonas. Allianz compra esa porción de bosque y la dona a Banco de Bosques, que se dedica a conservarla y preservar la biodiversidad del lugar y curar las especies dañadas. Al juntarse una cantidad mayor de hectáreas, pueden ser donadas para la creación de un parque nacional o provincial. Uno de los aciertos de la propuesta de Banco de Bosques, que también apunta a donaciones particulares, que se trata de donaciones georreferenciadas. Gracias a Google Earth, cada persona puede donar y elegir la porción exacta de bosque a comprar, vía la Web y dentro de una grilla que incluye la región más propicia a ser adquirida por desmontadores. En el caso de Allianz, la elección exacta del lugar corre por cuenta de la compañía. A cada asegurado se le envían las coordenadas de latitud y longitud de la porción de bosque que Allianz acaba de salvar en nombre suyo. A esta acción se sumó al momento de la implementación del programa, un desfile a beneficio de la selva misionera, luego del cual la aseguradora donó otros 7.100 metros cuadrados a la fundación. Entre las dos iniciativas, se salvaron 16.500 metros cuadrados de bosques a un costo de apenas \$ 24.800. De hecho, en el sitio Banco de Bosques cualquiera puede aventurarse a salvar

diez metros cuadrados por apenas \$ 14. Lo que se busca es aprovechar el bajo costo que tiene la tierra para que cualquier persona, desde cualquier rincón del mundo, pueda salvar esos metros de bosques no protegidos de las topadoras para siempre. Algo imposible de hacer por cuenta propia, ya que a pesar de que estas tierras son baratas en su precio por hectárea, sólo aquellos que pueden comprar un número elevado tienen acceso a estas propiedades.

-La Unión de las Escuelas de la Familia Agrícola de Misiones (UNEFAM) forma una red de emprendimientos que trabajan en forma continua, junto a dos comunidades aborígenes y familias de pequeños colonos. La propuesta que llevan adelante se enmarca en las acciones que viene desarrollando la UNEFAM (Unión de Escuelas Familia Agrícola- provincia de Misiones) desde el año 1983, institución que emerge a partir de la asistencia internacional del Proyecto GTZ Alemania. En la experiencia participa la organización no gubernamental Instituto Sindical de Cooperación para el Desarrollo (ISCOS), institución italiana promovida por la Confederación Italiana Sindicatos de Trabajadores (CISL), asociada a otro organismo no gubernamental italiano, Cooperación para el Desarrollo en Países Emergentes (COSPE).

Sin embargo mediante las acciones de RSE llevadas a cabo en este caso no se logró disminuir la pobreza y en consecuencia se considera que es poca la contribución al desarrollo local. No obstante los informantes valoran el aporte para atenuar dicha situación.

Es factible observar que si bien la provincia desarrolla acciones de RSE es necesario incrementar la difusión de los beneficios derivados de la incorporación de la RSE

como modelo de gestión a la estrategia empresarial a fin de beneficiar al propio negocio y a la sociedad en su conjunto y dar a conocer herramientas y metodologías necesarias para la implementación.

4.7. La importancia de comunicar la RSE.

La comunicación de las buenas acciones vinculadas a lo social y medioambiental que desarrolló la empresa en el marco de su relación con el entorno es vital. Comprende el conjunto de acciones que lleva adelante la empresa para transmitir valores, conceptos y mensajes a su entorno. Implica comunicar que se hizo, como se hizo y que falta hacer de manera lograr desarrollo sustentable.

Existen muchas formas de comunicarse según los destinatarios de la información. Entre las herramientas más utilizadas se incluyen las reuniones, boletines informativos, actos relacionados con los lanzamientos, informes, carteles, hojas publicitarias, folletos, guías informativas, sitios web, anuncios, paquetes informativos, las etiquetas de los productos y el embalaje, entre otros muchos. Siempre debe saber qué desea decir, y por qué, antes de darlo a conocer y también decidir a qué público o públicos se dirige.

Ejemplos, los folletos son más apropiados para los socios y el embalaje o las etiquetas de los productos son más adecuados para los consumidores que para los empleados.

Estas formas de comunicación no constituyen todas las opciones disponibles, sino que se centra en los modos de comunicación más simples, comunes y eficaces, especialmente para las pequeñas empresas que disponen de recursos limitados en términos de tiempo, personal, experiencia y fondos.

Diferentes modelos de información social

- Informes de sostenibilidad basados en indicadores, desarrollados en el plano internacional.

Existen organismos sin fines de lucro, que dictan principios y guías para la presentación de información que exponga la gestión socialmente responsable, a través de informes sociales.

Global Compact (ONU)

Global Reporting Initiative (GRI3)

ETHOS

IARSE

AA1000 (Institute of social and ethical accountability)

Otros

- Informes basados en el Balance.

Balance Social

Es necesario establecer diferencias profundas entre los distintos tipos de entes económicos en función de su tamaño, en relación a las exigencias que se les imponen al momento de informar la sostenibilidad de sus negocios.

El marco normativo nacional e internacional incluye a los EPEQ, pero hace, respecto de ellos, consideraciones específicas parciales y limitadas.

La guía GRI (Global Reporting Initiative) propone a todas las organizaciones que presenten la información conforme a la guía, tanto a las que elaboran la memoria por primera vez, como a las que tienen experiencia en la materia, independientemente de la actividad o tamaño. En el caso de los entes pequeños pueden presentar en formato impreso, en cantidad reducida de ejemplares que no implican un costo significativo para el ente o pueden utilizar espacios gratuitos en la web para difundir sus informes e incluso distribuir vía email a grupos de interés o público en general. Si el EPEQ es un sujeto obligado a presentar balances, deberá presentarlos conjuntamente.

Dentro de nuestra profesión, la gran mayoría de los colegas atienden al sector de la micro, pequeña y mediana empresa; es necesario no quedar al margen, participando activamente en la educación, promoción y puesta en práctica de la RSE en nuestros clientes.

Parte de las normas profesionales considera a los EPEQ pero la misma es insuficiente a la hora de hablar de RSE. No se ha considerado a las organizaciones que no están obligadas legalmente a la presentación de Estados Contables.

5. El rol del estado.

La RSE es un concepto que importa un comportamiento voluntario de la empresa, un modo distinto de vincularse con la sociedad. Parte de la comprensión de que es necesario articular un nuevo modo de afrontar los negocios, de que la empresa no es una realidad aislada del ámbito social en que se inserta, sino que depende, actúa y se beneficia en él.

Entonces, ¿cuál es el rol del Estado respecto a la RSE?

Si bien es imprescindible estimular desde el Estado a las empresas a establecer un vínculo renovado con la sociedad, más allá de lo estrictamente económico no parece adecuado generar la obligación de adoptar prácticas de responsabilidad social, ya que sería contradictorio con el carácter voluntario de esta práctica empresarial. No obstante, considerando que la función del Estado está vinculada al bienestar general de la sociedad, es pertinente promover, sin exigir, la RSE.

La inducción hacia un comportamiento socialmente responsable de las empresas a través la legislación representa una manera sólida y concreta de lograr ese objetivo.

A partir del conocimiento y evaluación de las necesidades locales, del reconocimiento de situaciones problemáticas, el estado debe inducir al sector privado, para que este invierta en esos nichos de donde resulte un desarrollo equitativo, el arraigo de sus habitantes, el crecimiento en igualdad de oportunidades, llevando a cabo acciones convergentes o complementarias de las políticas públicas. Para ello debe generar instrumentos de gestión como planes de eliminación del trabajo no registrado, trata de personas, del trabajo infantil, educativos, de salud, de turismo sustentable, haciendo hincapié en los ejes de desarrollo.

Algunas legislaciones provinciales como veremos más adelante, proponen a las empresas la elaboración de balances sociales con el fin de fomentar conductas socialmente responsables de las empresas y organizaciones.

6. Balance Social

Las empresas dan trabajo, pagan impuestos, compran y venden en la región, entre tantas otras acciones que repercuten directa e indirectamente en beneficio de la

sociedad en la que están insertas. Se acepta que el acceso a la salud, educación, vivienda digna, seguridad, ambientes no contaminados, sea consecuencia de la actividad empresarial (RSE). No escapa a la responsabilidad de las organizaciones informar adecuadamente cómo reparten tales beneficios y a quiénes en particular, con la ventaja que al informarlo, se diferencian de otras empresas de la misma rama que no lo hacen todavía.

El Balance Social es una herramienta de gestión empresarial que permite la medición cuantitativa y cualitativa de las acciones de responsabilidad social efectuadas por la empresa, en sus dos dimensiones, interna y externa, en un determinado período de tiempo.

La dimensión interna se centra en la relación de la empresa con sus trabajadores. Se evalúan aspectos relativos a la caracterización socio demográfica de la fuerza de laboral, las condiciones de trabajo, de organización y representación del personal, los programas de salud ocupacional, los programas o servicios sociales para los trabajadores y sus familiares, las acciones orientadas al desarrollo del personal y su integración y participación dentro de la empresa.

En la dimensión externa se evalúan las relaciones con el entorno, al considerarse aspectos referentes a la calidad de los servicios y productos generados, las relaciones interinstitucionales, las acciones en beneficio de la comunidad y los efectos de la actuación de la empresa en el medio ambiente.

En síntesis, el balance social le permite a la empresa evaluar el alcance de sus objetivos sociales, información que sirve de complemento a la presentación de los resultados alcanzados en materia financiera.

Balance Social entendido como informe contable, puede constituirse en un instrumento más de gestión para planificar, organizar, dirigir la gestión social de una organización (frente a metas preestablecidas) así como para establecer estrategias socio-ambientales.

El objetivo de un balance social es que los directivos y funcionarios de la empresa conozcan e informen el impacto social que tienen las acciones económicas de la organización; si la aplicación de fondos a un proyecto económico le representa solamente un incremento en las ganancias o también obtiene un beneficio intangible como lo es el mejorar su imagen ante la comunidad.

El balance social realizado con periodicidad, igual que el balance contable, permite analizar los progresos, aciertos o indiferencia del público receptor de la acción programada.

El balance social permite corregir la toma de decisiones de carácter social. No todas las decisiones de este tipo tienen el resultado esperado porque el medio hacia el cual fueron dirigidas no tiene las condiciones ambientales adecuadas para incorporar la acción o porque puede haber una actividad más necesaria que aquella pensada por la empresa.

Debe ser adoptado como una herramienta de análisis de la realidad social y de aplicación de políticas empresariales que se encuadren en esa realidad.

Finalmente, es un medio de comunicación de gran valor tanto para los socios, proveedores, clientes, instituciones oficiales o privadas relacionadas con la empresa.

Una empresa de capital, cuando va definiendo su personalidad podrá optar por tener una administración más rígida o más flexible; un sistema de conducción más autocrática o más democrática que las otras. Pero nunca podrá dejar de tener finalidad de lucro. El lucro, para las empresas de capital, es su razón de ser, es su espíritu. Su misión será continuar lucrando para sostenerse en el tiempo y su visión es hacer los mejores negocios para poder cumplir con su misión. Podrá, alcanzadas esas cualidades propias de las empresas de capital, dedicar parte de sus ganancias a la acción social. La acción social de una empresa de capital generalmente no es solidaria, sino interesada. Si permite que los grupos de interés sepan lo que está haciendo en el área de la responsabilidad social, les está proporcionando información sobre los valores de la empresa y sobre los productos o servicios que ofrece al mercado.

6.1. Importancia y beneficios del balance social

Partiendo de la importancia de contribuir al desarrollo sostenible, las empresas se enfrentan hoy al desafío de transparentar, comunicar su desempeño, no sólo económico, sino también ambiental y social.

El balance social representa una respuesta efectiva y necesaria a la creciente demanda de transparencia. Da la posibilidad de comunicar a las partes interesadas sus valores, principios, acciones y resultados. Informa sobre que ha hecho por el medioambiente, por la sociedad en su conjunto, por el entorno inmediato en el que actúa y debe

informar a través del uso de indicadores con la misma seriedad con que comunica sus cifras económicas financieras.

Es un instrumento de control por parte de la ciudadanía sobre el discurso de la compañía respecto al desempeño socio ambiental. Esto le exige a la empresa asumir mayores compromisos, cumplirlos y presentarlos de manera transparente a la sociedad para que evalúe el grado de compromiso de la compañía en sus tres dimensiones: social, económica y medioambiental. Por ello, para que el balance tenga mayor credibilidad deben ser sometidos a revisión externa.

Como herramienta de comunicación, genera un diálogo con los grupos de interés respecto a la triple generación de valor que produce: económico, ambiental y social.

Le permite describir tanto los logros alcanzados como los desafíos futuros, acompañando las mejoras de la gestión.

Busca responder a las crecientes expectativas respecto a la divulgación de información más creíble, sólida y comparable.

Es un proceso gradual que apunta a fortalecer la confianza, el posicionamiento y la reputación de la compañía.

6.2. Factores clave para elaborar el balance social

El balance social debe considerar y exponer las situaciones siguientes:

- 1- La exposición de las acciones responsables implica modificar el sistema de información financiera a fin de reconocer explícitamente la contribución del capital social y medioambiental a la generación de valor. Para que ello ocurra, la

organización expositora (puede ser una empresa, una cooperativa, un sindicato, etc.) debe poder identificar a los grupos de interés con quienes interactúa la empresa, quienes son los proveedores, el gobierno local, los accionistas, consumidores, (ecosistema de la responsabilidad social) y las áreas afectadas por las actividades de la empresa. Para luego extraer de la cuenta de pérdidas y ganancias la información sobre los mismos relacionada con las tres dimensiones de la RS, económica, social y ambiental.

- 2- El segundo elemento va a estar dado por un registro o base de datos donde se detallen las implicaciones financieras de las externalidades y no únicamente de los ingresos y gastos asociados a las transacciones económicas.

De esta forma, se puede realizar una distinción entre los ingresos y gastos internos por un lado, y los externos que afectan a otros grupos de interesados en la triple vertiente de RS, registrando también como activos y pasivos en el balance los recursos económicos, sociales y medioambientales de los que dispone la empresa en un momento dado. Para contar esto sirven las Memorias (que son parte del Balance Social).

- 3- El tercer aspecto estará conformado por aquellas cuestiones que no son posibles de cuantificar desde lo monetario y deben ser expuestas con indicadores no monetarios que permitan medir y evaluar la efectividad de las actividades sociales y medioambientales. Por ejemplo estándares de etiquetado y publicidad, seguridad e higiene, políticas de género, cumplimiento de estándares éticos por proveedores, emisiones contaminantes, etc. Que generalmente se relatan y detallan hoy en los llamados Reportes de Sustentabilidad.

- 4- Reportar acciones de RS que desarrolla la empresa u organización que estén alineadas a políticas públicas, ya sean complementarias o convergentes con ellas. Esa actitud, esa decisión estratégica desde la organización responsable, sea esta una empresa privada, una universidad, una cooperativa o un sindicato es la que contribuirá a fortalecer el crecimiento local. Debe poder reportarse y tener un lugar en el balance social.
- 5- Identificar las acciones filantrópicas que lleva a cabo la empresa y que erróneamente las denominan de responsabilidad social, y son donativos, marketing social, esto es cobrar un plus a un producto para destinarlas a algún acción social o comunitaria, estas simplemente constituyen marketing social, porque no es una decisión estratégica de la empresa sino una decisión táctica para satisfacer una demanda social específica.

7. Resolución Técnica 36

Desde el 1º de enero de 2013 la profesión cuenta con normas que respaldan la elaboración del balance social. Los requisitos para elaborarlo y las reglas de su auditoría están instituidos en la Resolución Técnica N° 36 e Interpretación N° 6, vigentes.

El balance social fue adaptado del Global Reporting Initiative (GRI), para que todo tipo de empresa pública o privada, con o sin fines de lucro, grande o pequeña, dé a conocer su desempeño. Es obligatorio que los entes exterioricen en el balance social en qué medida se ha aplicado el marco de elaboración de memorias de GRI a través del

sistema de “niveles de aplicación” que ese organismo determinó cuando pasó de la versión G2 a la G3. El sistema de niveles se planteó para exteriorizar en qué medida se aplica el Marco de elaboración de memorias GRI, contribuyendo a la transparencia al permitir que los lectores comprendieran el grado de aplicación y estimulando a quienes quisieran distinguirse, subiendo en la calificación a través de la ampliación de la aplicación de las guías.

Ese sistema pone de manifiesto el nivel de cobertura cada vez mayor con las calificaciones C, B y A, a las que se agrega un signo “+” en caso de haber sido sometido el informe a verificación por parte de un tercero independiente.

Narra, clasifica y mide, no sólo en pesos, cómo se desempeñó la organización, cuáles fueron sus repercusiones en beneficio o desmedro, del medio ambiente; cómo favoreció a empleados, clientes, proveedores, al estado, etc. denominados grupos de interés.

No es obligatorio confeccionarlo y se presenta con los estados contables, pero la RT admite que vaya por separado. En este último caso, corresponde hacer referencia a dicho juego y al período por el cual se emite, ya que debe coincidir con el ejercicio anual.

Se presentan en forma comparativa con uno o más ejercicios anteriores.

La RT 36 hace referencia a dos instrumentos que conforman el balance social: la Memoria de Sustentabilidad y el Estado de Valor Económico Generado y Distribuido.

El balance social comprende:

a) Memoria de sustentabilidad: Respetar las pautas de la versión G.3.1 del GRI. Se divide en tres dimensiones: económica, social, ambiental y a su vez, en tres niveles de

aplicación que reciben respectivamente calificación C, B, y A, según la cobertura sea cada vez mayor. La memoria de sostenibilidad informa acerca del impacto ambiental, social y el desempeño del gobierno de una organización. Se construye a partir de indicadores cualitativos y cuantitativos que, una vez seleccionados, no se abandonan y se presentan sistemáticamente a lo largo de los ejercicios económicos. Entre sus indicadores incluye al que sigue.

b) Estado de valor económico generado y distribuido: Muestra la riqueza con una visión de reciprocidad -lo recibido y lo distribuido- entre todos los grupos que contribuyeron a su creación, ya se trate de dueños, empleados, proveedores, gobierno, etc. Lógicamente no reemplaza al modelo del GRI, por el contrario está comprendido dentro del anterior.

El modelo expone la creación de valor y su adjudicación en dos tramos. El primero presenta el "valor económico generado" conformado por la diferencia entre las ventas y los costos externos a lo cual le suma lo que recibió por transferencias de otros sectores.

En segunda instancia reparte ese incremento de valor. En efecto, el "valor económico distribuido" es el tramo donde se suman las retribuciones a los distintos factores que intervinieron en la creación. ¿Cuánto retuvo al interior de la organización para asegurar su funcionamiento?, ¿cuánto retiraron propietarios o asociados?, ¿qué cifra entregó al personal directivo y ejecutivo? Con mayor precisión, ¿qué llegará al resto de la sociedad?, ¿cuánto le aportó a través del pago de impuestos?

Mientras el estado de resultados refleja la gestión de los administradores para los propietarios, el estado de valor económico generado y distribuido (que se nutre de las

cifras del estado de resultados y anexos), permite apreciar la asignación del valor económico creado por y para cada uno de los grupos de interés.

7. Interpretación N° 6: AUDITORÍA O REVISIÓN DEL BALANCE SOCIAL

Establece cuáles son las tareas obligatorias para el auditor. Para poder emitir una opinión sobre el balance social, el auditor seguirá los lineamientos establecidos para la auditoría de estados contables: revisar los requisitos de la información (RT 16: Marco conceptual).

Para revisar el estado de valor económico generado y distribuido, no se requiere tanto trabajo porque la información de base ya fue auditada, salvo que sea otra la persona que certifique. Para este caso en particular, verificará que la nueva apertura incluya todos los conceptos definidos e imputados adecuadamente.

Si se trata de la memoria de sustentabilidad se presentan cuestiones que versan sobre la política de responsabilidad social, para lo cual se acude a las actas de directorio, se solicita una carta de gerencia, se confirma el cumplimiento con la ley en materia laboral y ambiental, etc., tareas que exigen que el auditor verifique si los sistemas de gestión y calidad se mantienen.

Si incide algún impacto económico indirecto pero significativo se buscará mayor información acudiendo a expertos o con el apoyo de la inspección ocular.

La evaluación de tal información contable, socioeconómica, emitida a través de los denominados Balances Sociales, permitiría a la profesión contable realizar un aporte a la comunidad en aras de contribuir a dicho desarrollo más humano.

9. Legislaciones provinciales

Con el fin fortalecer el desarrollo de la responsabilidad social que implica el cuidado del medio ambiente, disminuir de la pobreza, combatir la discriminación, buen trato al personal, salarios dignos y posibilidades de desarrollo sostenible es indispensable para la provincia de Misiones dictar una norma que estimule la participación de las organizaciones en Programas de Responsabilidad Socio Ambiental y establezca, para aquellas empresas que confeccionen balances sociales beneficios por su accionar responsable en la comunidad.

Los integrantes del Foro de Análisis para el Desarrollo Regional Norte Fuerte, conformado por los municipios de Wanda, Puerto Libertad, Esperanza y Comandante Andresito han puesto de manifiesto en numerosas reuniones su preocupación por la pérdida de fuentes de trabajo y la necesidad de impulsar el desarrollo turístico de la zona, destacando la necesidad de redactar y elevar a la Cámara de Representantes, un proyecto de Ley de Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

En el país existen provincias que cuentan con legislación al respecto.

- Con la sanción de la ley N° 8.488, Mendoza es pionera en proponer que las empresas generen el Balance Social, entendido como una herramienta que mida en indicadores económicos, sociales y ambientales las acciones que las empresas realicen en esos tres ejes.

Según reza la norma, el objetivo es fomentar conductas socialmente responsables de las empresas y organizaciones en general, en el diseño y materialización de sus políticas, con el fin de que se cumpla una objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera.

Es importante resaltar que la ley tiene un sentido optativo. Es decir que las empresas no van a estar obligadas a informar sobre sus actividades. Probablemente, lo que sí va a existir para aquellas empresas que informen son incentivos o premios por su buen accionar en la comunidad.

Lo que hay que tener en cuenta es que se trata de una ley de Balance Social y no de RSE.

A las organizaciones que cumplan con las formalidades solicitadas en el balance social se les otorgará la distinción “Compromiso con la RSE” y los principales beneficios que incluye son prioridades en las contrataciones con el Estado provincial o municipal que adhiera a la ley, mejor y mayor posibilidad de acceso a líneas de crédito y financiación del Fondo para la Transformación y el Crecimiento, así como a toda entidad financiera, pública o privada, que así lo disponga mediante convenio con el Estado provincial.

También contarán con una bonificación de hasta un diez por ciento en el pago de impuestos provinciales, u otro tipo de beneficios fiscales, según lo determine la reglamentación. Y podrán además representar a la provincia con sus productos o servicios en las ferias nacionales e internacionales a las cuales concurra Mendoza.

- La ley de Balance de Responsabilidad Social y Ambiental de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tiene varios aspectos positivos:
 - a) Promueve el compromiso social y ambiental tanto responsable como sustentable.
 - b) Establece presentación voluntaria a las empresas no obligadas por la cantidad de trabajadores y por su facturación inferior a lo prescripto por la Resolución SEPyME 147/06, otorgándoles beneficios promocionales.

c) Establece sanciones a la no presentación del BRSA de los obligados.

d) Los informes podrán ser consultados por todos los interesados.

- En la provincia de Salta, a efectos de incentivar a las empresas a participar en Programas de Responsabilidad Socio Ambiental, plasmar los resultados cuantitativos y cualitativos en un Balance Socio Ambiental y obtener el sello de "Gestión Ecoeficiente", el Poder Ejecutivo Salteño adoptó medidas que contribuyan a facilitar la comercialización y difusión en el ámbito nacional e internacional de los productos certificados y aprobó el marco conceptual de la Responsabilidad Social y Balance Socio Ambiental.

Otorga a las organizaciones que certifiquen el Balance socio ambiental en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta beneficios:

- Como medida de estímulo a la comercialización en el ámbito local, nacional e internacional de las empresas que certifiquen el balance social, la Provincia de Salta realizará campañas de promoción y publicidad en los distintos eventos en los que esta participe.

- Serán beneficiarias del régimen de preferencia establecido por la ley de compra y contratare trabajo salteño.

- La Provincia de Salta abona al Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta, el derecho de certificación de firma, por el balance social ambiental que cada empresa presente. El total a reconocer a cada empresa no podrá exceder la suma de Pesos Quinientos (\$500.-)

- En la provincia de Río Negro el Programa de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria se rige por ley cuyo objeto es promover un comportamiento social y ambiental responsable por parte de las empresas que ejerzan su actividad en la provincia.

Se encuentran comprendidas dentro del alcance del programa establecido en la ley todas las empresas que tengan domicilio comercial en la jurisdicción del territorio de Río Negro y estén desarrollando, con al menos un año de antigüedad, su actividad principal en la provincia.

La ley prevé la implementación del Certificado de Responsabilidad Social y Ambiental (CRSA).

La presentación del formulario para obtener el CRSA será voluntaria y anual, en la fecha que determine la autoridad de aplicación.

Aquellas empresas que logren el CRSA obtendrán beneficios relacionados con el acceso a créditos y programas especiales, incentivos para la innovación tecnológica y otros. Los mismos serán establecidos por la Autoridad de Aplicación, y podrán variar en cada año.

El CRSA expresará el cumplimiento de los aspectos considerados por la Autoridad de Aplicación que permitan una adecuada valoración de la responsabilidad de la empresa en el plano social y ambiental.

En tres (3) medios de comunicación que considere la Autoridad de Aplicación publicará, semestralmente, las empresas de la ciudad que cumplieron con el criterio establecido

para conseguir el CRSA. El mensaje tendrá como objetivo valorar el cumplimiento de los aspectos propuestos por la provincia de Río Negro, y el beneficio que representa para la sociedad rionegrina.

Los aspectos a cumplir para recibir el CRSA se basarán en indicadores que permitan la objetiva evaluación y valoración de las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas con su comportamiento.

La elaboración del índice de responsabilidad social y ambiental empresaria será auditado y verificado por el personal dispuesto por la Autoridad de Aplicación para la implementación del Programa de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria. Podrá, si lo considera necesario, contratar entidades externas independientes para este trabajo. Con en esa información se expedirá el Certificado.

No podrá otorgarse CRSA en beneficio de ninguna empresa que, al momento de realizar la solicitud de tal certificado, mantuviere deudas con el Estado Provincial o se encontrare incumpliendo normativa municipal, provincial o nacional pertinente a su actividad.

El CRSA se expedirá con la correcta información suministrada y posteriormente auditada.

La autoridad de aplicación de la ley es el Ministerio de Producción de la Provincia de Río Negro.

- Con fecha 31 de diciembre de 2012, fue publicada en el Boletín Oficial la Resolución General AFIP N° 3.424, relativa a la creación del "Registro de Contribuyentes

Socialmente Responsables” (RegistraRSE), para las empresas con más de 300 trabajadores, con vigencia a partir del 1º de febrero de 2013. Su principal objetivo es el "reconocimiento público de aquellos contribuyentes que, en virtud de su compromiso frente a la comunidad, evidencien un correcto y responsable comportamiento en los aspectos social, económico y/o ambiental".

- El proyecto de ley de Balance de Responsabilidad Social y Ambiental (BRSA) en Misiones tiene como objeto promover la responsabilidad social y ambiental de todas las empresas nacionales y extranjeras radicadas en la provincia de Misiones y establecer normas de transparencia y control de las empresas con su público de relacionamiento, fijándose para ello el marco jurídico del BRSA.

La presentación del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental será voluntaria salvo para aquellas empresas que cuenten con más de trescientos (300) trabajadores y aquellas empresas o grupo de empresas que pretendan participar en licitaciones públicas u obtener créditos públicos provinciales. En este último caso, la presentación del (BRSA) será obligatoria.

Aquellas empresas que voluntariamente presenten su BRSA y que no estuvieran obligadas por ley a su presentación, podrán obtener beneficios promocionales, establecidos por vía reglamentaria, relacionados con acceso a créditos y programas especiales, incentivos para la innovación tecnológica y otros que establezca la autoridad de aplicación. Los beneficios promocionales establecidos conforme a la presente ley no alcanzarán a las empresas que obligatoriamente deban presentar el BRSA.

Se encuentran comprendidas dentro del alcance de la ley todas las empresas que tengan domicilio en la Provincia de Misiones y que cuenten con al menos un año de actividad en la misma en el momento de vigencia de esta ley, sean nacionales o extranjeras.

Los BRSA reflejarán los procedimientos internos que serán aplicables por las empresas y que satisfagan requisitos de ser objetivos, concretos y mensurables, trazables y auditables. Una vez presentados al Gobierno de conformidad con la presente normativa, los BESA serán públicos y de libre acceso por parte de la población. La presentación del BRSA será anual, en fecha que se deberá armonizar por vía reglamentaria.

10. Conclusiones:

Conforme a lo desarrollado en el presente trabajo puede inferirse que:

- El desarrollo de la RSE en las empresas de la provincia estaría por debajo de su verdadero potencial.
- La difusión de las ventajas derivadas del accionar responsable es escasa.
- El accionar responsable mejoraría la reputación de las empresas y la rentabilidad en el mediano plazo.
- Ellas pueden constituirse en el motor del desarrollo equilibrado y sustentable del territorio provincial.
- La provincia de Misiones debe estimular la participación de las organizaciones a través de Programas de Responsabilidad Socio Ambiental.
- La implementación del balance social es relevante para la provincia pues promueve el compromiso social y ambiental de las empresas.

- Optimizaría el cuidado del medioambiente. Por tratarse un instrumento más de gestión posibilitaría la planificación y puesta en marcha de estrategias socio-ambientales en las áreas turísticas y donde la actividad forestal sea intensa.
- Al igual que las provincias mencionadas, desde el estado provincial se debe promover desde la legislación, la presentación de balances sociales y establecer, para aquellas empresas que los elaboren beneficios por su accionar responsable en la comunidad.

Los desafíos del desarrollo sustentable de la provincia no pueden ser asumidos solamente por el sector privado o por el sector público. Solo a partir de esfuerzos conjuntos es posible emprender estrategias que posibiliten el desarrollo equilibrado y sostenible a largo plazo.

11. Bibliografía

- *Responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa, Guía de buenas prácticas. Proyecto IMPULSA RSE PyMES - M^a Luisa de Miguel Corrales – Abril de 2011.
- *(FACPCE) COMISION DE BALANCE SOCIAL - PROPUESTA DEL GRUPO DE EDUCACIÓN - Junio de 2011.
- *19º Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas – Mendoza.
- *18º CONGRESO NACIONAL DE PROFESIONALES EN CIENCIAS ECONÓMICAS Auditoría de balances sociales e informes de sustentabilidad.
- *Guía para una comunicación eficaz- Publicación –comisión europea – Dirección Gral de Empresas.
- *Resolución Técnica N° 36 e Interpretación N° 6.
- *Publicación Diario misiones online - 21/05/ 3013.
- * Publicación Diario Misiones Online 22 noviembre 2011.
- *Elementos de Balance social- Autora: Dra. Alessandra Minnicelli – Revista FONRES, 14 de MARZO 2013.
- *RT 36: Balance Social. Sobre cómo preparar el Estado de Valor Económico Generado y Distribuido - Enfoques 2013 (marzo)- Autor: Casabianca, María Luz.
- *Auditoría Contable de los Balances Sociales con un Paradigma de Desarrollo Sustentable - Autoras: Norma B. Geba y Mónica P. Sebastián.
- * “El rol de las empresas en América Latina”. MORELLO, Gustavo -Reflexiones Latinoamericanas sobre RSE.
- * Responsabilidad Social e Inclusión Económica y Social (IARSE) - Guía de Primeros Pasos.