

Rissotto, Hernán Oscar

El balance social y el desempeño social de las empresas

**Documento de Trabajo en Ciencias Empresariales Nro. 19
Facultad de Ciencias Económicas
Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”**

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central “San Benito Abad”. Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Rissotto, H. O. (2016, abril). *El balance social y el desempeño social de las empresas* [en línea] Documento de trabajo en Ciencias Empresariales No. 19 del Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Católica Argentina. Disponible en:
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/investigacion/balance-social-empresas-rissotto.pdf> [Fecha de consulta:]



Pontificia Universidad Católica Argentina
"Santa María de los Buenos Aires"

EL BALANCE SOCIAL Y EL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Por Mg. Hernán Oscar Rissotto

Facultad de Ciencias Económicas

*Departamento de Investigación "Francisco
Valsecchi"*

*Documento de Trabajo en Ciencias Empresariales
N° 19*

Abril de 2016

Los autores del presente artículo ceden sus derechos, en forma no exclusiva, para que se incorpore la versión digital del mismo al Repositorio Institucional de la Universidad Católica Argentina y a otras bases de datos que la Universidad considere de relevancia académica.

EL BALANCE SOCIAL Y EL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Mg. Hernán Oscar Rissotto

Resumen

Vivimos inmersos en la era global caracterizada, entre otros, por el conocimiento, la comunicación, la información, la diversidad, la innovación y la subjetividad que se convierten en el centro de la producción económica y social. Asimismo, el capital físico y el trabajo manual-repetitivo han sido superados por el capital social y el trabajo intelectual-creativo. En las múltiples interrelaciones, cada ser humano y cada organización adquieren una importancia creciente para el resto de la sociedad. Por ende, el capital social como conjunto de conexiones de confianza, entendimiento y valores compartidos que posibilitan la acción conjunta de los miembros de una comunidad; es necesario para el desarrollo y el bienestar de los individuos, grupos, estados y de la sociedad en su conjunto. Específicamente, la empresa es la gran promotora del desarrollo socioeconómico de este mundo conectivo y también es causa de progreso personal que permite crear condiciones de vida más humanas. Surgen así, nuevas responsabilidades sociales para las organizaciones comerciales que suponen el incremento de las demandas informativas, tanto desde el exterior como para la gestión de la entidad. Esto hace que sea necesario un empresariado humano, respetuoso de las finalidades sociales y que emita una clase de información que cubra estas demandas. Una de las herramientas en las que se incluyen las informaciones que genera la entidad para reflejar diversos aspectos sociales es el llamado Balance Social.



UCA

Pontificia Universidad Católica Argentina
"Santa María de los Buenos Aires"
Facultad de Ciencias Económicas
Departamento de Investigación "Francisco Valsecchi"

I. Introducción

En los inicios de este siglo aparecen nuevas formas de organización social, económica y política vinculadas con la denominada sociedad del conocimiento. Existen nuevas tendencias que implican la reducción del espacio por medios tecnológicos, la caída de las fronteras, la acentuación de la competencia, el crecimiento de empresas especializadas en el abastecimiento de productos y servicios, la fragmentación física del ciclo productivo y el mundo del trabajo que se enriquece con nuevas profesiones (CDSI, 2005:312); pero también se experimenta una divergente velocidad de desarrollo en los distintos campos de la actividad humana que crea desigualdades de diversa índole. Esto se manifiesta mediante la presencia de persistentes tendencias económico-sociales que afectan de manera importante las oportunidades reales de desarrollo de vastos sectores de la población mundial. Entonces, es menester impulsar la globalización de la democracia, la justicia, el bienestar y los derechos humanos; básicamente, la construcción de una sociedad que se encuentre al servicio del ser humano (CDSI, 2005:164).

A raíz de estos cambios, la complejidad de la modernidad global afecta a las organizaciones que deben afrontar la diversidad de problemas que se les presentan. De esta manera, el accionar de las empresas repercute en los dueños, los acreedores, los empleados, la comunidad, el estado y el medio ambiente en general. Por ello, las mismas deben responder por las consecuencias o efectos de sus actividades sobre los agentes sociales a los que afecta. Esto deriva en una mayor demanda de información y de mejor calidad a suministrar por las empresas. A su vez, los destinatarios de esta información son los diferentes niveles de gobierno, los consumidores, los inversores y los demás usuarios interesados en conocer el impacto que causa la empresa en el medio social donde desarrolla su actividad.

El conocimiento de este impacto se logra mediante la información contable-social que brinda una de las ramas o segmentos de la contabilidad que es la contabilidad social. Esta especialidad de la disciplina contable que se aboca al estudio de los



UCA

Pontificia Universidad Católica Argentina

“Santa María de los Buenos Aires”

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”

impactos de la actividad de los entes en el todo social y viceversa; se diferencia de la contabilidad tradicional en que contempla las consecuencias en el patrimonio del ente, entre otros, de hechos y acciones del entorno. Por lo tanto, las empresas como entes sociales, deberían elaborar y difundir información contable para rendir cuenta sobre la responsabilidad social-empresaria. Esto significa, informar sobre los diferentes efectos originados de las interacciones socio-ambientales a los diversos grupos de interés involucrados.¹ Esta información puede transmitirse mediante los siguientes elementos: las memorias que se vinculan con los estados contables básicos de acuerdo a la Ley de Sociedades Comerciales, las memorias de sostenibilidad y fundamentalmente los estados contables socio-ambientales o balances sociales.

II. La sustentabilidad, El capital social y la responsabilidad social empresaria

El concepto de sustentabilidad incluye procesos socioeconómicos, políticos, técnicos, productivos, institucionales y culturales que se relacionan con la satisfacción de las necesidades humanas. Este concepto integral se vincula con la calidad de vida del ser humano. Esto significa que no sólo es necesario armonizar el desarrollo humano y la vida de los ecosistemas, sino también tender a la prosperidad de los seres humanos. Para alcanzarla; las personas, las familias y los grupos constituyen capital social. Ellos son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones y visiones de la realidad que configuran su identidad misma.

Uno de los precursores que estudio el capital social fue Pierre Bourdieu (1980). Para este autor el concepto de capital es heurístico y no lo restringe al mero dominio económico. Distingue cuatro tipos de capital: el capital económico, constituido por

¹ La interacción de la empresa con la sociedad se produce de diversas formas y con distintos grupos sociales. Esto da lugar a la Teoría de los Stakeholders que involucra el reconocimiento y la identificación de las relaciones entre la conducta de una organización y su impacto en distintos grupos sociales. Los stakeholders son aquellos individuos o grupos que pueden afectar o ser influenciados por las distintas instituciones, tales como los empleados y sus familias, los proveedores, el gobierno, el medio ambiente, los accionistas, los clientes, los grupos políticos y la comunidad en general, entre otros. .



Pontificia Universidad Católica Argentina
"Santa María de los Buenos Aires"
Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación "Francisco Valsecchi"

los diferentes factores de la producción y el conjunto de los bienes económicos; el capital cultural, correspondiente al conjunto de las calificaciones intelectuales, sean producidas por el sistema escolar o transmitidas por la familia; el capital simbólico, representado por el conjunto de los rituales ligados al honor y al conocimiento; y el capital social que se refleja mediante el conjunto de relaciones sociales de las que dispone un individuo o grupo. A esta última clase de capital la define como la suma de recursos, reales y virtuales, que acumula un individuo o un grupo debido a la posesión de relaciones menos institucionalizadas o una red permanente de conocimientos y reconocimientos mutuos. Posteriormente, James Coleman (1990) sostuvo que el capital social se presenta tanto en el plano individual como en el colectivo. El primero se relaciona con el grado de integración social de un individuo y al segundo lo considera como un bien colectivo. Algunas investigaciones arrojaron nuevas evidencias sobre la influencia del capital social en el desarrollo social y económico. Por ejemplo, Knack y Keefer (1997) midieron las correlaciones entre confianza y normas de cooperación cívica y crecimiento económico. Más allá de las búsquedas de precisiones metodológicas, el capital social se manifiesta en la realidad cotidiana y tiene una importancia notoria en el proceso de desarrollo socio-económico de los países.

En otro orden, la empresa es uno de los protagonistas de la configuración socio-económica actual y en ella deben converger los intereses sociales reales con los valores fundamentales del ser humano. En este sentido, la empresa debe caracterizarse por la capacidad de servir al bien común de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios útiles. Podemos decir que crea riqueza pero también contribuye al capital social por cuanto que desempeña una función social, desarrollando oportunidades de encuentro de colaboración y de valoración de las capacidades de las personas involucradas. De esta manera, los objetivos de las empresas deben conseguirse con criterios económicos, pero sin descuidar los valores auténticos que permiten el desarrollo concreto de la persona y de la sociedad (CDSI, 2005:164). Al interactuar la empresa en la sociedad, realiza actividades que impactan en la misma. Sus acciones inciden, tanto directa como indirectamente en la sociedad de la que forma parte y en el medio ambiente en que se desarrolla. A la responsabilidad moral de las empresas suele llamársela responsabilidad social



UCA

Pontificia Universidad Católica Argentina

“Santa María de los Buenos Aires”

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”

empresaria.² Este concepto aparece con los movimientos sociales de los años sesenta y existen diversos argumentos en torno al rol de la empresa en la sociedad, pero se conviene en que excede la responsabilidad jurídica de respetar la ley. Implica un compromiso de efectuar un cambio generado en la preocupación por el impacto que las actividades de la empresa tienen sobre el medio socio-ambiental. Pero este cambio, no sólo debe quedar en la organización sino que debe existir una voluntad por trasladarlo al resto de la sociedad.

III. El Balance Social

La empresa socialmente responsable cumple con la normativa vigente en todas las materias y también desarrolla una serie de acciones incorporadas a su estrategia con carácter voluntario. Éstas dan origen a los informes de responsabilidad social que deben elaborarse en el marco de la contabilidad social. De esta manera, el campo de la contabilidad ya no se puede restringir al de las unidades económicas individuales, sino que debe contemplar una realidad mucho más amplia que obliga a intensificar las investigaciones en torno a los fundamentos de la disciplina contable.

El Balance Social, por su parte, es una forma de parametrizar los resultados de la participación social, recolectando datos y definiendo formas de presentarlos a través de indicadores. También, se lo llama Triple Balance debido a que se confecciona a partir de la evaluación que realiza la empresa sobre su funcionamiento, considerando su contribución combinada en la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social. Este concepto surge en E.E.U.U. en la década del sesenta y luego se traslada a Europa donde adquiere un mayor desarrollo teórico. Con relación a sus antecedentes, cabe citar una norma legal sancionada en Francia en el año 1977 que

²Benedicto XVI se refiere a este concepto en la Encíclica Caritas In Veritate de 2009 en su Capítulo Tercero: Fraternidad, Desarrollo Económico y Sociedad Civil: “También es verdad que se está extendiendo la conciencia de la necesidad de una responsabilidad social más amplia de la empresa. Aunque no todos los planteamientos éticos que guían hoy el debate sobre la responsabilidad social de la empresa son aceptables según la perspectiva de la doctrina social de la Iglesia, es cierto que se va difundiendo cada vez más la convicción según la cual la gestión de la empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyen a la vida de la empresa: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia”



Pontificia Universidad Católica Argentina
"Santa María de los Buenos Aires"
Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación "Francisco Valsecchi"

definió al balance social en los siguientes términos: "El balance social recopila en un documento único los datos cuantificables que permitan apreciar la situación de la empresa en el dominio social, registrar las realizaciones efectuadas y medir los cambios acontecidos en el curso del año transcurrido y en los dos años precedentes". Sobre este tema, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) desarrolló un Manual de Balance Social en Medellín durante 2001 y consideró lo siguiente: "El balance social es un instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la empresa. Es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa en un período determinado y frente a metas preestablecidas". Sus objetivos son: facilitar la planificación, la organización, la dirección, la ejecución, el control y el registro de las acciones de responsabilidad social empresaria asumidas por la empresa; definir y actualizar las políticas y los programas de responsabilidad social empresaria, racionalizando la efectividad de las inversiones socialmente responsables; medir y controlar los impactos de las acciones de responsabilidad social empresaria en términos de costo-beneficio; mejorar la imagen de la empresa ante terceros; servir como instrumento idóneo de apoyo en las solicitudes crediticias; y finalmente, informar a otras empresas, al estado, a la opinión pública y a los propios clientes acerca del desempeño social de la empresa.

Por otro lado, algunos organismos y normas internacionales que se refirieron al Balance Social, son los siguientes: la Accountability 1000, emitida en noviembre de 1999 por iniciativa del Institute for Social and Ethical Accountability de Gran Bretaña; el Global Reporting Initiative que surge por iniciativa del CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) en colaboración con el P.N.U.M.A, (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) que emite informes sobre el Balance Social a partir del año 2000; la Social Accountability 8000-USA, emitida por el Social Accountability Internacional del año 1997; la ISO 14001 de la Organización Internacional para la Estandarización; la ISO 26000 que describe una orientación integral acerca de la responsabilidad social; y el Ethos que es una organización sin fines de lucro, líder en Brasil y que presenta indicadores de responsabilidad social empresarial.



Pontificia Universidad Católica Argentina
"Santa María de los Buenos Aires"
Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación "Francisco Valsecchi"

En cuanto a los antecedentes nacionales, la Ley Nro. 25250 modificada por la Ley 25877, con vigencia a partir del 11 de junio de 2000, establecía la realización con carácter obligatorio de un Balance Social anual para empresas existentes en nuestro país que ocuparan a más de quinientos trabajadores. En el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se dictó la Ley 2594 en diciembre de 2007. Dicha ley establece la obligación de presentar el "Balance de Responsabilidad Social y Ambiental", en forma anual para aquellas empresas que contraten a más de trescientos trabajadores y que posean una facturación que supere los valores indicados para las medianas empresas según lo dispone la Resolución SEPyme 147/06 (Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional); para el resto de las organizaciones es voluntaria la presentación. Por su parte, la FACPCE (Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas) aprobó el Proyecto de Resolución Técnica denominado "Balance Social" con fecha 1º de abril de 2011 y estableció un plazo de 180 días como período de consulta de este proyecto. El mismo proponía diversos modelos metodológicos para elaborar balances sociales (OIT, Eurostat, Ethos-IARSE, GRI, etc.), pero actualmente se registra una tendencia hacia la adopción de una metodología común. Esta tendencia está marcada por el trabajo que viene desarrollando el Global Reporting Initiative (GRI), cuya misión es desarrollar lineamientos metodológicos comunes para que las empresas, los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales, puedan informar sobre su desempeño económico, ambiental y social. Posteriormente, el 24 de octubre de 2012 se aprobó la Resolución Técnica Nro. 36 referida al Balance Social para aquellas organizaciones que hayan optado por su elaboración. Este informe consta de dos partes: la Memoria de Sustentabilidad y el Estado de Valor Económico Generado y Distribuido que es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella.



UCA

Pontificia Universidad Católica Argentina

“Santa María de los Buenos Aires”

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”

IV. Consideraciones finales

La responsabilidad social de la empresa es un paradigma de gestión que comprende una visión del negocio a largo plazo y que incorpora valores como la ética, la transparencia y la responsabilidad en la toma de decisiones, integrándolos a todas las actividades que desarrolla la organización. Esta responsabilidad excede el marco jurídico y se extiende a la participación en la sociedad de este tipo de organizaciones. De esto surge el interrogante de cómo informar el desempeño social, lo cual ha dado origen al concepto de Balance Social. A su vez, éste es un instrumento para informar, medir y evaluar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política social y ambiental de la empresa. Este tema está llamado a mejorar los conocimientos y las prácticas contables debido a que este campo del conocimiento debe respaldarse en un enfoque humanista y centrado en valores que no olvide que la organización tiene un compromiso con el hombre y en definitiva con la comunidad nacional e internacional. En síntesis, la ley fundamental de toda actividad económica y considerando su relación con la disciplina contable, es el servicio del hombre, de todos los hombres y de todo el hombre, en su plena integridad, material, intelectual, moral, espiritual y religiosa.³

³ La síntesis surge del discurso a los empresarios dado por el Papa Juan Pablo II a los empresarios argentinos el 11 de abril de 1987. También los convoca a desarrollar un modelo de empresariado profundamente humano y les realiza la siguiente invitación: “Vosotros, hombres de negocios, en su mayoría cristianos, debéis ser los artífices de una sociedad más justa, pacífica y fraterna. Sed hombres y mujeres de ideas dinámicas, de iniciativas geniales, de sacrificios generosos, de firme y segura esperanza. Recordad que con la fuerza del amor cristiano conseguiréis importantes objetivos. Os estimule a ello el ejemplo de los pioneros, que sin más instrumentos que la tenacidad de su voluntad y la fe de su Dios, iniciaron lo que hoy son muchas de vuestras grandes empresas; y que trabajando solos, hasta con sus propias manos, y prácticamente sin conocimientos técnicos, sentaron los fundamentos del posterior desarrollo económico del país.”

Bibliografía:

- BAAS, Stephan, Participatory institutional development. Conference on Sustainable Agriculture and Sand Control in Gansu Desert Area, 1997
- BENEDICTO XVI, Encíclica Caritas In Veritate, Ciudad del Vaticano, 2009
- BIONDI, Mario, *Contabilidad Financiera*, 1ª ed., Buenos Aires, Errepar, 2005
- BOURDIEU, Pierre, Le capital social, Paris, Recherche de Sciences Sociales, 1980
- CASINELLI, Hernán Pablo, *Contabilidad para usuarios externos*, Buenos Aires, Aplicación Tributaria, 2008.
- COLEMAN, James, Foundations of social theory, Harvard University Press, 1990
- CHYRIKINS, Héctor, *Contabilidad Social. Contenido y formulación de conceptos*, D&G, n° 90, Errepar, 2007, 221.
- FOWLER NEWTON, Enrique, *Cuestiones Contables Fundamentales*, 5ª ed., Buenos Aires, La Ley, 2005.
- FRONTI DE GARCÍA, Luisa, *Contabilidad Social y Ambiental*, Universo Económico, n° 3, 2005, 28.
- GARCÍA CASELLA, Carlos, *Enfoque Multiparadigmático de la Contabilidad: Modelos, Sistemas y Prácticas deducibles para diversos contextos*, Buenos Aires, Conicet, 1997.

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”

Documentos de Trabajo en Ciencias Empresariales

- Nº 1: Benzrihen, Jorge, Alejandro Jacobo, Ernesto A. O’Connor, Jorge Vignale. “Sistema Tributario Argentino: Un análisis comparativo de la contribución por sectores productivos y de la equidad sectorial”. Mayo de 2015.
- Nº 2: Rissotto, Hernán O. La ciudad humana: sociedad, ambiente, economía. Mayo de 2015.
- Nº 3: Tomé, Raúl. Productividad: ¿Tipo de Cambio o Mejora Continua? Mayo de 2015.
- Nº 4: Tomé, Raúl. Activity based costing. ABC. Otra vuelta de tuerca. Junio de 2015.
- Nº 5: Losada, Víctor Alejandro. Doble imposición tributaria. Junio de 2015.
- Nº6: Tomé, Raúl. Competitividad y tecnología para la toma de decisiones. Julio de 2015.
- Nº7: Benzrihen, Jorge. Breves Reflexiones sobre el Presupuesto Público. Julio de 2015.
- Nº8: Gloria Allo. Es tiempo de lo público no estatal en un estado red. Agosto de 2015.
- Nº9: Tomé, Raúl. Diagnóstico y Plan de Acción para atender a la adherencia de los planes de estudio y contenidos de la Carrera de Contador Público Nacional a las recomendaciones de la International Federation of Accountants (IFAC). Agosto de 2015.
- Nº10: Tomé, Raúl. El problema de la Inversión Comercial. Agosto de 2015.
- Nº11: Sorlino, Juan y Tomé, Raúl. Modelo de secuenciación: Line-up de navíos. Agosto de 2015
- Nº12: Tomé, Raúl. Optimización de Decisiones: Primero el Huevo. Agosto de 2015.
- Nº13: Lorefice, Alejandro. “Valor Económico Añadido” vs. “Economic Value Added”. Agosto de 2015.
- Nº14: Manzuoli, Juan Pablo. Mix de marketing ampliado. Setiembre de 2015.
- Nº15: Manzuoli, Juan Pablo. Cosmovisión sobre la Estrategia. Setiembre de 2015.
- Nº16: Arnaudo, Javier. El Directorio: luchas de poder y maximización de la ganancia. Setiembre de 2015.
- Nº17: Vázquez, Lisandro. El presupuesto público. Octubre de 2015
- Nº18: Arnaudo, Javier. Una valoración positiva sobre la estrategia del Océano Azul
- Nº19: Rissotto, Hernán. El balance Social y el Desempeño Social de las Empresas