

Rissotto, Hernán Oscar

El balance social y la gestión de las empresas

Ponencia presentada en XI Congreso Internacional de Administración, 2013
“La administración y las personas en la sociedad global”
Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

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. (2013, agosto). El balance social y la gestión de las empresas [en línea]. Presentado en *XI Congreso Internacional de Administración : la administración y las personas en la sociedad global*. Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/contribuciones/balance-social-gestion-empresas.pdf> [Fecha de consulta:]

Título del trabajo: **EL BALANCE SOCIAL Y LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS**

Tema al cual pertenece: El aporte de las disciplinas sociales en las Nuevas Prácticas de Administración

Nombre del Congreso: La Administración y las personas en la sociedad global

Lugar y fecha de realización del evento: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 28 al 30 de agosto de 2013

Profesión, nombre y apellido del autor: Dr. L.A. y C.P. Hernán Oscar Rissotto

Dirección de correo electrónico: hrissotto@cponline.org.ar

CV resumido del autor: Dr. Lic. En Administración de Empresas (UCA) y Contador Público (UCA). Lic. En Gestión de Instituciones Educativas (UCSE). Profesor Universitario en Ciencias Económicas (USAL). Profesor Universitario en Administración (USAL). Profesor Universitario en Gestión Educativa (USAL). Magíster en Tributación (USAL). Doctorando en Sociología (UCA). Ex Analista Sr. y Tax Compliance en estudios y empresas internacionales. Autor de trabajos de investigación. Actualmente, consultor y docente en facultades de ciencias económicas de las asignaturas Control de Gestión y Contabilidad.

RESUMEN

En las últimas décadas se produjeron cambios significativos, por el conocimiento, la comunicación, la información, la diversidad, la subjetividad y la innovación. El capital físico y el trabajo manual-repetitivo han sido superados por el capital social y el trabajo intelectual-creativo. En este escenario de múltiples interrelaciones, cada ser humano y cada organización adquieren una importancia creciente para el resto de la sociedad. Se generan conexiones de confianza, entendimiento y valores compartidos que posibilitan la acción conjunta de los miembros de una comunidad. En particular, la empresa es promotora del desarrollo socioeconómico de este mundo intercomunicado y también es causa de progreso personal que permite crear condiciones de vida más humanas. Esta organización comercial no se diseñó únicamente para producir bienes y prestar servicios sino que también es un centro que genera valores y cultura. Surgen así, nuevas responsabilidades sociales para las empresas que suponen el incremento de las demandas informativas, tanto desde el exterior como para la gestión de la entidad. Una de las herramientas en las que se incluyen la información que genera la organización para reflejar diversos aspectos sociales sobre los que puede impactar su actividad es el Balance Social. Éste debería ser elaborado mediante pautas de medición objetivas que permitan determinar con razonable grado de certeza los efectos que la actividad de una empresa determinada genera sobre el contexto donde actúa.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	p. 3
2. LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO	p. 4
2.1. Los autores clásicos y el inicio de los estudios científicos	p. 5
2.2. Los psicólogos y sociólogos organizacionales y el reconocimiento del factor humano.	p. 5
2.3. La comprensión de los procesos decisorios	p. 6
2.4. La aparición de la estrategia empresarial	p. 6
3. TEORÍAS RELACIONADAS CON LOS INFORMES CONTABLES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA	p. 7
3.1. La Teoría de los Sistemas	p. 7
3.2. La Teoría de los Stakeholders y la Teoría de la Legitimación	p. 8
3.3. El Paradigma de la Utilidad	p. 8
3.4. Otros aportes desde la ética, la economía y la sociología	p. 10
4. LA SUSTENTABILIDAD, EL CAPITAL SOCIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA	p. 11
4.1. La sustentabilidad	p. 11
4.2. El capital social	p. 11
4.3. La responsabilidad social empresarial	p. 12
4.3.1. El concepto de responsabilidad social empresarial	p. 12
4.3.2. Componentes de la responsabilidad social empresarial	p. 13
4.3.3. Aspectos de la responsabilidad social empresarial	p. 14
4.3.4. Funciones de la responsabilidad social empresarial	p. 14
4.3.5. Ética y responsabilidad social empresarial	p. 15
5. EL BALANCE SOCIAL	p. 15
5.1. Introducción al Balance Social	p. 16
5.2. Concepto del Balance Social	p. 17
5.3. Antecedentes del Balance Social	p. 17
5.4. Estructura y pasos a seguir para la confección del Balance Social	p. 18
6. CONSIDERACIONES FINALES	p. 20

1) INTRODUCCIÓN

La actual era global se caracteriza por la aparición de nuevas formas de organización social, económica y política vinculadas con la llamada sociedad del conocimiento. Aunque desarrollamos nuestras vidas en distintos grupos de pertenencia, somos habitantes del mundo, y esto nos obliga a conocer los fenómenos que se desarrollan en él. Nos ha tocado vivir en un momento de cambios que generan incertidumbre e inestabilidad; aquello que sucede en la sociedad nos afecta, y lo más probable es que nos influya cada vez más.

Esta era histórica se caracteriza en términos políticos por la vigencia del modelo capitalista-democrático; en el aspecto económico, por la aparición de la economía intangible o llamada economía del conocimiento, éste se ha convertido en el insumo clave de la producción; y en cuestiones sociales, por los efectos de los cambios tecnológicos que permiten la construcción de una red internacional de comunicaciones que impactan sobre el trabajo y el surgimiento de originales formas de relacionarse y comunicarse. Por otra parte, se experimenta una desigual distribución de los recursos, no sólo de la riqueza, sino principalmente de los conocimientos. ⁽¹⁾

Estos cambios repercuten en la empresa que mantiene una relación dinámica con el contexto, y esta interdependencia proviene de la influencia mutua entre este tipo de organización y su entorno. En este sentido, la familia es la célula viva del orden social y la empresa constituye la célula primaria del dinamismo económico. Entonces, ésta es un organismo viviente que constituye una comunidad de trabajo y de vida. Se considera comunidad de trabajo porque en ella se coordinan periódicamente acciones, competencias, iniciativas y responsabilidades para asegurar el logro de sus objetivos; y comunidad de vida debido a que la integran personas que se relacionan libremente para coordinar esfuerzos y capacidades en el logro de una finalidad común. ⁽²⁾

La empresa no funciona de forma independiente de la sociedad en la que opera sino que se ve obligada a implementar acciones que le permita prever y manejar el impacto social de sus operaciones. A su vez, es promotora del desarrollo socioeconómico de este mundo conectivo y participa en forma creciente de diferentes áreas como salud, educación, medioambiente y desarrollo comunitario. Adquiere cada vez más protagonismo en el orden económico, político y tecnológico, por lo cual también asume una mayor presencia en el orden social. Su rol se concibe como un espacio de cooperación donde el valor agregado producido debe repercutir en el bien de toda la sociedad. ⁽³⁾ También, posee

⁽¹⁾ Federico, Antonio Agustín, 2009, Globalización, Sociedad, Estado y Mercado. Una introducción a lo que sucede en el mundo actual, Guía de Estudio de Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado en UBA XXI, 4ta. Edición, Buenos Aires, Eudeba, p. 83 y siguientes

⁽²⁾ Del Prado, Luis y Spitznagel, Guillermo, 2003, Administración, 1era. Edición, Buenos Aires, Educa, p. 2.

⁽³⁾ Jelen, Mauricio, 2009, El Balance Social y los intangibles corporativos, 1era. Edición, Buenos Aires, Edicon, p. 14

características específicas y demanda formas particulares de gestión que involucran la atención de las necesidades del conjunto de los actores relacionados con la organización, los llamados grupos de interés. En consecuencia, surgen nuevas responsabilidades sociales y una mayor demanda de información y de mejor calidad a suministrar por este tipo de organizaciones que no se circunscribe a los informes contables tradicionales.

Como resultado de su actividad, la empresa toma continuamente decisiones que afectan a la comunidad y por lo tanto debe asumir una responsabilidad social acorde a los beneficios a desarrollarse en una comunidad organizada y al rol que desempeña en ella. Estas nuevas responsabilidades sociales, la obligan a discernir las consecuencias de su actividad sobre los distintos grupos de interés. Los informes confeccionados tendientes a cubrir estas demandas se han denominado de diferentes maneras: información social de la empresa, contabilidad sobre la responsabilidad social, información de base social, información contable económico-financiera de la responsabilidad socio-ambiental, memorias de sostenibilidad y estados contables socio-ambientales o también llamados balances sociales. Particularmente, la doctrina y la normativa profesional ha propuesto la emisión de balances sociales que complementen los estados contables básicos, y permitan evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social empresaria; reflejando los resultados de su gestión en este campo. Estos informes adicionales miden el cumplimiento de objetivos sociales y medioambientales, comúnmente expresados bajo la denominación costo-beneficio social. Entonces, se logra que las empresas divulguen y parametricen sus acciones con todos los grupos de interés con los que se vinculan.

2) LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO

El crecimiento y la diversidad de las organizaciones constituye uno de los rasgos característicos de la historia contemporánea. Una nutrida serie de razones de distinto orden, impulsaron la estructuración de estos amplios conglomerados de recursos humanos y materiales. Asimismo, el pensamiento administrativo reconoce diferentes enfoques enmarcados por el sistema de valores e ideas, el saber del momento, el estado del arte, las prácticas y los enunciados vigentes. Los relieves en cada lugar se explican a través de las particulares dimensiones sociales, económicas y políticas que otorgan sentido o significado a los contenidos y propuestas de cada enfoque particular⁴

En la actualidad se reconoce que las empresas se han constituido en actores claves tanto en la construcción de comunidades como en la generación de bienes y servicios. Se encuentran obligadas a desarrollar capacidades que les permitan identificar, medir, analizar y manejar el impacto socio-ambiental de lo que hacen,

(⁴) Kliksberg, Bernardo, 1995, El Pensamiento Organizativo, Décimo tercera edición, Buenos Aires, Tesis Grupo Editorial Norma S.A., p. 12.

de forma tal que sus gerentes tomen las mejores decisiones para generar ganancias y colaborar con las sociedades en las que operan.

Hasta llegar a nuestros días el pensamiento administrativo se desarrolló con el aporte de hombres ilustres y de métodos que surgen desde los tiempos más antiguos. La evolución de las ideas en este tema se encuentra ligada a la historia económica contemporánea de occidente y se distinguen cuatro puntos de inflexión en el desarrollo de la teoría administrativa:

- a) El inicio de los estudios científicos,
- b) El reconocimiento de la importancia del factor humano,
- c) La profunda comprensión de los procesos decisivos, y
- d) La aparición de la estrategia empresarial

2.1) LOS AUTORES CLÁSICOS Y EL INICIO DE LOS ESTUDIOS CIENTÍFICOS

Adam Smith establece el principio fundamental de la división del trabajo y analiza el comportamiento del hombre concluyendo que las motivaciones son estrictamente económicas. Esta base sustenta los estudios de Taylor a comienzos del siglo XX, dando un impulso al estudio de la administración. La escuela tradicional o clásica constituye el primer intento de aplicar el conocimiento científico al ámbito de esta disciplina. Surge entre 1880 y 1920 en un grupo de países, principalmente Estados Unidos, Inglaterra y la Europa Occidental, donde se produjo en esa época un proceso de expansión industrial. Los autores de esta escuela sostenían que el proceso de dirección es universal e independiente del tipo o de la naturaleza del objetivo, y del tamaño o forma de la unidad organizacional. Son representantes de esta escuela: Frederick Taylor, Henri Fayol, Frank y Lilian Gilbreth y Henry Gantt. Estos exponentes tienen un enfoque cerrado del mundo debido a que se concentran sólo en las operaciones internas de la empresa y adoptan posiciones altamente racionalistas tomadas de los modelos de la física. Esta perspectiva de la administración sustentó un esquema mecanicista del comportamiento humano en las organizaciones que sirvió de base a una tecnología centrada en el incremento inmediato de la producción, resultando indiferente a las más elementales consideraciones humanas y sociales.

2.2) LOS PSICÓLOGOS Y SOCIÓLOGOS ORGANIZACIONALES Y EL RECONOCIMIENTO DEL FACTOR HUMANO

La aplicación masiva y mecánica de los principios tradicionales exacerbó las tensiones en la industria, creció el poder de los sindicatos y se desarrolló la legislación protectora del trabajador. Esto exigía a la gran empresa una renovación profunda en su metodología, las viejas técnicas no podían mantenerse. Por otro lado, las ciencias sociales fueron generando datos a favor de que un cambio aumentaría los beneficios de la empresa. En ese marco, de nuevas necesidades, surge en la tercera década del siglo XX, la escuela sociológica. Elton Mayo y sus seguidores: Douglas Mc Gregor, Abraham Maslow, Chris Argyris, Fred Herzberg, Chester Barnard, Edward Schein, Peter Senge, entre otros; estudian el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones y corrigen la

hipótesis de los clásicos en materia de motivación de los grupos de trabajo. Afirman que la clave de la productividad está más en los aspectos sociales y emocionales que en los científicos, ya que la empresa es un sistema social de interrelaciones humanas.

2.3) LA COMPRENSIÓN DE LOS PROCESOS DECISORIOS

El anterior enfoque ha sido gradualmente superado por una etapa en la cual se logra la síntesis entre las posiciones antagónicas correspondientes a la racionalidad absoluta de los autores taylorianos y el énfasis en lo social y comportamental. Herbert Simon desarrolla un modelo que mediante su equilibrio, describe la realidad del comportamiento humano dentro de las organizaciones de una manera realista. Desarrolla el teorema de la racionalidad limitada, en el que sostiene que la racionalidad absoluta no puede alcanzarse debido a tres factores: el primero, radica en que nunca pueden considerarse todas las alternativas; el segundo, aún cuando se consideren la mayoría de ellas, no pueden considerarse todas las consecuencias de cada una; y el tercero, las consecuencias pertenecen al futuro, por ende como no hay certeza, interviene la imaginación. Asimismo, describe la realidad de las decisiones humanas dentro de las organizaciones de una manera profunda y acertada, sosteniendo que el comportamiento es finalista; ya que se guía por objetivos; y racional, debido a que elige la alternativa que considera la más adecuada en función de sus fines. Otro autor de esta escuela es Peter Drucker, quien escribe un gran número de obras sobre administración, en las cuales se destacan el enfoque metodológico del proceso de toma de decisiones y las reflexiones del rol de la gerencia. También se anticipó claramente a la economía del conocimiento.

2.4) LA APARICIÓN DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Hasta fines de los cincuenta del anterior siglo, la estrategia se utilizó como una variable correspondiente al ámbito militar, en las décadas posteriores se incorporó al mundo de los negocios. Una primera aproximación al concepto pertenece a Arch Shaw, quien propuso a ejecutivos de grandes corporaciones, el estudio de los problemas y las políticas tendientes a resolverlos. En la década del sesenta aparece Alfred Chandler, quien propone separar el pensamiento estratégico de la gerencia de línea. Otro autor, Igor Ansoff, introdujo el concepto de la administración estratégica. Posteriormente, otros estudiosos de esta corriente se abrieron a los conceptos de administración y estrategia, sometiéndolos a una amplia discusión. En los últimos tiempos las investigaciones sobre estrategia empresarial se vinculan con la globalización, las alianzas estratégicas y la evolución de la competencia.

A partir de esta breve descripción de las etapas correspondientes a la evolución del pensamiento administrativo se infiere que la empresa desarrolla su actividad en un entorno social al que influye y a su vez es influida por el mismo. Sus actividades afectan a muchos sectores de la sociedad y éstos tienen distintas expectativas frente a su accionar.

3) TEORÍAS RELACIONADAS CON LOS INFORMES CONTABLES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

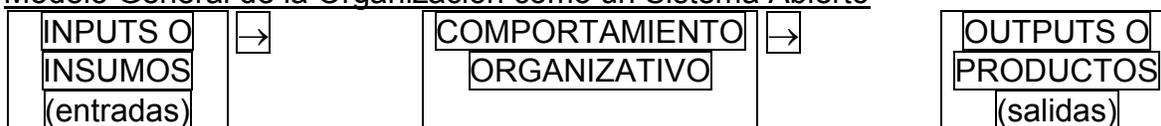
3.1) LA TEORÍA DE LOS SISTEMAS

La organización es básicamente un sistema de actividades. Chester Barnard la define como un sistema de fuerzas o actividades personales conscientemente coordinadas. ⁽⁵⁾ Un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, con un objetivo determinado. Éste está sometido a la influencia de su medio y es a la vez un subsistema de un sistema más amplio, y va a tener entradas (inputs), las que luego de un proceso se transformarán en salidas (outputs). Luego, se produce un proceso de *feed-back* o retroalimentación, que es la respuesta del contexto en el cual actúa la organización y que modifica su comportamiento.

De acuerdo a la teoría clásica de la organización, es preponderante su carácter de instrumento racional con objetivos y actividades predeterminados respecto a la sociedad. Las organizaciones se consideran dependientes de las condiciones que se presentan en sus ambientes sociales y no como sistemas que poseen una alta autonomía. En esta perspectiva se deja de lado su carácter sistémico. En cambio, bajo la teoría de los sistemas sociales de Niklas Luckmann, la complejidad alcanzada en las sociedades desencadena la explosión de las organizaciones y sus problemas se abordan en cuanto a sistemas sociales que comunican decisiones.⁽⁶⁾

Los modelos de sistemas aplicados a la administración describen a la empresa como receptora de insumos de la sociedad en forma de personas, materiales, dinero e información; ella transforma éstos en salidas en forma de productos, servicios y recompensas para los miembros de la organización. Para ésta, el dinero y el mercado proveen un mecanismo para el reciclaje de recursos entre la compañía y su ambiente. Desde esta teoría, la empresa es un sistema integrado de partes o denominados subsistemas, que actúan coordinadamente para lograr el objetivo de satisfacer una necesidad existente, obteniendo como consecuencia de ello un beneficio que le permita crecer y desarrollarse.

Modelo General de la Organización como un Sistema Abierto



⁽⁵⁾ Barnard, Chester, 1980, Las organizaciones como sistemas de cooperación, Buenos Aires, Ediciones de la Facultad de Ciencias Económicas UBA, p. 3

⁽⁶⁾ Berger, Peter y Luckmann, Thomas, 1996, The Social Construction of Reality. A treatise in the Sociology of Knowledge, Anchor Books-Dubleday, Nueva York, p. 219

3.2) LA TEORÍA DE LOS STAKEHOLDERS Y LA TEORÍA DE LA LEGITIMACIÓN

La interacción de la empresa con la sociedad se produce de diversas formas y con distintos grupos sociales. Surge 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. Los *stakeholders* son aquellos individuos o grupos que pueden afectar o ser influenciados por las 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. ⁽⁷⁾

La teoría de la legitimación se define como una percepción o suposición generalizada de que las acciones de una organización son deseables, apropiadas o inapropiadas en relación a un sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones. Para efectuar modelos utilizando la teoría de la legitimación, es necesario incorporar la teoría de los *stakeholders* que involucra el reconocimiento y la identificación de las relaciones entre la conducta de una organización y el impacto en estos grupos. ⁽⁸⁾

En la década de los setenta se desarrolla la teoría de los *stakeholders*, que propone una organización abierta que considera a los múltiples usuarios interesados en la información suministrada por la empresa; ésta debe satisfacer las necesidades de esos usuarios. Simultáneamente, esos usuarios ejercen presión para que la empresa emita los informes de forma adecuada. Esta teoría difiere de la teoría de los *stockholders*, que incluye únicamente al usuario que posee dinero para invertir, también denominada, teoría del accionista.

3.3) EL PARADIGMA DE LA UTILIDAD

La contabilidad brinda información a los usuarios internos y externos de las organizaciones sobre su patrimonio y la evolución de éste. La información debería ser útil para la toma de decisiones, el control y el cumplimiento de las distintas obligaciones, principalmente societarias e impositivas. ⁽⁹⁾ Considerando el

⁽⁷⁾ García Fronti, Inés. 2006, La Responsabilidad Social Empresaria. Informes contables sobre su cumplimiento, Buenos Aires, Edicon, p. 19. La autora realiza una traducción propia de la teoría de los *stakeholders* sobre un texto de Solomon y Lewis, 2002, p. 154: "Stakeholder theory involves recognizing and identifying the relationship between a company 's behaviour and the impact on tis stakeholders "

⁽⁸⁾ García Fronti, Inés. 2006, La Responsabilidad Social Empresaria. Informes contables sobre su cumplimiento, Buenos Aires, Edicon, p. 18. La autora realiza una traducción propia de la teoría de la legitimación sobre un texto de Tilling ,2004, p.574: " Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed systems of norms, values, beliefs, and definitions"

⁽⁹⁾ Fowler Newton, Enrique, 2001, Contabilidad Superior, 4ª ed., Buenos Aires, La Ley, p. 75

recorrido por el cual ha transitado la contabilidad, se aprecia durante el siglo XX la existencia de un cambio de paradigma. De una primacía de lo que se conoció como el “*Paradigma Patrimonialista*” que se basa en la medición de los hechos del pasado y se orienta hacia la función del registro de acuerdo a las normas legales; la contabilidad evolucionó hacia el “*Paradigma de la Utilidad*” que se vincula con el fin de proveer información a los distintos usuarios, de manera tal, que les sea útil para la toma de decisiones. Este cambio se dio fundamentalmente a partir de la década del sesenta del siglo pasado; la literatura teórica era principalmente de carácter normativo, dependiendo fuertemente de la economía y del derecho. Posteriormente, se puso mayor énfasis en el suministro de información conforme a las diferentes necesidades. En el siguiente esquema se reflejan ambos paradigmas.

<u>Paradigma Patrimonialista</u>	<u>Paradigma de la Utilidad</u>
Apunta al cumplimiento de las disposiciones legales	Además, considera la toma de decisiones, la planificación y el control
β	β
<u>Recopilación de información</u>	
β	β
Uso externo, fundamentalmente a través de los estados contables	Además de la correspondiente al uso externo, recoge información para el uso interno

Este cambio generó una tendencia a reconocer la existencia de cinco segmentos de la contabilidad con sus objetivos y métodos, ellos son: ⁽¹⁰⁾

- a) La contabilidad patrimonial o financiera que estudia el patrimonio y su evolución,
- b) La contabilidad administrativa que se encarga del cumplimiento de las metas organizacionales,
- c) La contabilidad gubernamental o pública que se ocupa de la administración del estado,
- d) La contabilidad económica o nacional que se basa en la propuesta de la teoría de la macroeconomía con sus agregados, y finalmente
- e) La contabilidad social que se funda en la propuesta de la teoría micro y macro-sociológica e incluye a la contabilidad ambiental.

⁽¹⁰⁾ Chyrikins, Héctor, 2007, Contabilidad Social. Contenido y formulación de conceptos, D&G, nº 90, Errepar, p. 221.

Estas divisiones se estructuran a partir de un elemento en común que es la contabilidad. Un concepto amplio de esta disciplina permite interpretar mejor la realidad circundante a la organización y proponer soluciones para resolver los diversos problemas relacionados con la toma de decisiones.

Entre los diversos aspectos sobre los cuales los usuarios solicitan información fue cobrando cada vez mayor importancia aquellos relacionados con temas de carácter socio-ambiental. En el orden internacional fue Richard Mattessich, quien a partir de la segunda mitad del siglo pasado propone el desarrollo de un sistema contable con múltiples fines informativos. En la Argentina, el estudio de la contabilidad social se inició en la década del ochenta y recién a partir de los estados contables publicados en la década de los noventa aparecen en los mismos, temas socio-ambientales.

Los nuevos caminos por los cuales transita la contabilidad se fundan en la dimensión social de la actividad económica. Es la administración, la encargada de combinar los recursos de la organización para lograr sus fines, y en este sentido, la información juega un papel esencial. Entonces, la contabilidad debería proporcionar la información para llevar adelante la gestión administrativa y no puede prescindir de un enfoque que contemple la realidad económica y social.

3.4) OTROS APORTES DESDE LA ÉTICA, LA ECONOMÍA Y LA SOCIOLOGÍA

Los informes que la empresa suministra a terceros son empleados como base para la toma de decisiones por los usuarios internos y externos a las organizaciones, por lo tanto, sus emisores deben actuar con sentido ético. Ello significa que deben procurar que se brinde información que se aproxime a la realidad de los fenómenos económicos que pretenden describir.

Desde la sociología, una de las perspectivas, es la de la vida cotidiana que constituye una esfera en la que pueden ser comprendidas las interrelaciones del mundo económico-social. Algunos estudios teóricos de la década del ochenta, como los del sociólogo Paul Di Maggio, ⁽¹¹⁾ sirvieron de base a las investigaciones empíricas en el ámbito de la administración para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. Di Maggio establece un marco teórico en lo que respecta a las causas que podrían empujar a las empresas a emitir informes contables con contenidos sociales. Sostiene que si una empresa publica información contable-social en sus informes financieros, induce a que las demás empresas del sector la imiten.

4) LA SUSTENTABILIDAD, EL CAPITAL SOCIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

4.1) LA SUSTENTABILIDAD

⁽¹¹⁾ Di Maggio, Paul., 1983, The iron cage revisited: Institucional isomorphism and collective rationality in organizational fields, American Sociological Review

El concepto de sustentabilidad en un principio se enfocaba en el deterioro del medio ambiente. Luego se trasladó hacia una definición más abarcativa, que incluye muchos otros aspectos relacionados con la calidad de vida del ser humano. Incorporó diversos procesos socioeconómicos, políticos, técnicos, productivos, institucionales y culturales que se vinculan con la satisfacción de las necesidades humanas.

Este concepto integral implica 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 el capital social. Ellos son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones y visiones de la realidad que son su identidad misma.

La sustentabilidad es una nueva forma de pensar, para la cual los seres humanos, la cultura y la naturaleza, son inseparables. Es necesario que las condiciones del universo se mantengan favorables para el desarrollo de la vida. Para lograr esta meta se deben equilibrar las necesidades humanas con las capacidades del planeta para proteger las generaciones futuras. Significa que se debe encontrar un equilibrio entre el desarrollo humano y la vida de los ecosistemas; y también, la búsqueda de prosperidad para todos los habitantes del mundo. ⁽¹²⁾

Entonces, el enfoque de la responsabilidad social empresaria debe propiciar un modelo de empresa que se caracterice por crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras.

4.2) EL CAPITAL SOCIAL

Uno de los precursores que estudio el capital social en la década del ochenta del siglo XX fue Pierre Bourdieu. ⁽¹³⁾ Para este autor el concepto de capital es heurístico y no lo restringe al mero dominio económico. Distingue cuatro tipos de capital: en primer lugar, el económico, constituido por los diferentes factores de la producción y por el conjunto de los bienes económicos; en segundo término, el cultural, correspondiente al conjunto de las calificaciones intelectuales, sean producidas por el sistema escolar o transmitidas por la familia; en tercer orden, el simbólico, representado por el conjunto de los rituales ligados al honor y al conocimiento; y finalmente, el social que se refleja mediante el conjunto de relaciones sociales que dispone un individuo o grupo. A esta última clase de capital lo define como la suma de recursos, reales y virtuales, que acumula un individuo o un grupo debido al surgimiento de relaciones menos institucionalizadas o una red permanente de conocimiento y reconocimientos mutuos.

⁽¹²⁾ La Comisión Bruntland nombrada en 1987 por la Organización de las Naciones Unidas define al Desarrollo Sostenible como aquel que se genera hoy, pero sin poner en riesgo los recursos y el desarrollo de las generaciones futuras.

⁽¹³⁾ Bourdieu, Pierre, 1980, Le capital social, Paris, Recherche de Sciencies Sociales , p. 20

El capital social se ve representado por redes de compromiso mutuo que se vinculan con el desarrollo de las sociedades y está representado por el conjunto de conexiones de confianza, entendimiento y valores compartidos, que unen a los miembros de una comunidad, haciendo posible la acción conjunta.

4.3) LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Uno de los protagonistas de la configuración social actual y por lo tanto tiene que asumir la responsabilidad de organizarla en pos de su desarrollo, es la empresa. Consecuentemente, 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. La empresa crea riqueza pero también contribuye al capital social por cuanto que desempeña una función social, creando oportunidades de encuentro de colaboración y de valoración de las capacidades de las personas implicadas. De esta manera, los objetivos de las empresas deben conseguirse con criterios económicos, pero sin descuidar los valores auténticos que permiten el desarrollo de la persona y de la sociedad.

A la responsabilidad moral de las empresas suele llamársela responsabilidad social empresaria. Este concepto aparece con los movimientos sociales de los sesenta y existen diversos argumentos en torno al rol de la empresa en la sociedad, pero es aceptado 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.

4.3.1) CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Existe un amplio abanico de interpretaciones y denominaciones con matices diversos respecto de este concepto. El punto de partida se encuentra en la década de los cincuenta con la publicación por Bowen de la obra *Social Responsibilities of the Businessman*.⁽¹⁴⁾ El autor planteaba la necesidad de que las corporaciones tuvieran que justificar el uso que realizaban de su capacidad de influencia. Distintos autores coinciden en que se trata de una forma de gestionar la organización compatibilizando los objetivos económicos con el impacto socio-ambiental de las acciones realizadas por el ente. Algunas definiciones son las siguientes:⁽¹⁵⁾

⁽¹⁴⁾ Bowen, Howard, 1953, *Social Responsibilities of the Businessman*, New York, Claremont Graduate University

⁽¹⁵⁾ Dómina, Alberto Carlos, 2008, *Responsabilidad Social Empresaria, ¿Adopción por convicción o por conveniencia?*, Buenos Aires, Aplicación Tributaria, p. 18

-El Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social de Brasil la define como una forma de gestión que se establece por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

-La Fundación Pro-Humana de Chile sostiene que es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza de sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

-El Centro Mexicano para la Filantropía expresa que es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo. Esta responsabilidad conlleva la actuación conciente y comprometida de una mejora continua, medida y consistente, que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo a las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad.

-La Segunda Conferencia sobre Responsabilidad Social de la Empresa; BID-México 2004 la propuso como una estrategia empresarial que busca no causarle perjuicios a las partes afectadas con sus actividades y, de ser posible, producirles beneficios, independientemente de si esos perjuicios y beneficios están o no legislados.

4.3.2) COMPONENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Existe un contrato social implícito entre las empresas y la sociedad, del cual surgen demandas de ésta hacia aquellas.⁽¹⁶⁾ Estas demandas son entendidas por la empresa como obligaciones que les generan responsabilidades. La primera de ellas, es la responsabilidad legal que acarrea el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones del gobierno. La segunda, es la responsabilidad ética, que es la que

⁽¹⁶⁾ Ferrel, O y Fraedich, J, 2003, Business Ethics and Ethical Decisión Making Cases, New York, Cenage Learning

obliga a las empresas a cumplir con un compromiso hacia los *stakeholders*. En las empresas se refleja en los denominados Códigos de Ética. La tercera es la responsabilidad económica, la cual se vincula con la forma en que están distribuidos dentro de la sociedad los recursos de la producción de bienes y servicios. Se regula la competencia, se protege el medioambiente y al trabajador mediante la legislación laboral. Finalmente, la cuarta es la responsabilidad filantrópica, que se refiere a las contribuciones de las empresas a la calidad de vida y al bienestar de la comunidad en las que operan.

4.3.3) ASPECTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

La responsabilidad social empresaria asume un papel preponderante en tres aspectos. ⁽¹⁷⁾ El primero es la filantropía corporativa que manifiesta la preocupación por el bienestar de los integrantes de la empresa: directivos y empleados en general. El segundo es la responsabilidad social empresaria propiamente dicha que difiere cualitativamente de la anterior, ya que se basa en el reconocimiento de la obligación de la operación con la comunidad en que opera, como concepto ampliado de los *stakeholders*. Finalmente, el tercero se vincula con los negocios éticos, se refiere a la forma y los estándares que deben guiar a las actividades de las empresas y al concepto de responsabilidad moral hacia los *stakeholders*.

4.3.4) FUNCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

La responsabilidad social empresaria implica que aquellas organizaciones que desarrollan actividades económicas se comprometan en la contribución del desarrollo sustentable.⁽¹⁸⁾ Deben generar valor a través de la innovación, la transparencia, la eficiencia y la rentabilidad; produciendo competitividad, confianza, reputación y legitimidad. De este modo, el empresariado y el Estado contribuyen al proceso destinado a lograr una sociedad mas justa y sustentable. Aquellos entes que practican la responsabilidad social empresaria cumplen con las normas, desarrollan e implementan políticas vinculadas a esas normas, incorporan comportamientos éticos en sus relaciones, promueven la equidad en la cadena de producción y comercialización, cumplen con los estándares sobre derechos humanos, sociales, ambientales, diversidad étnica, de genero y consumo, suscriben a principios o practicas del buen gobierno empresarial y aplican políticas de igualdad de oportunidades.

4.3.5) ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Los actos son ejercidos por personas, quienes toman decisiones que impactan en la sociedad. Asimismo, las personas son quienes en función de sus principios y

⁽¹⁷⁾ Montuschi, Luisa, Ética, economía y negocios, 2003, Consideraciones respecto de la responsabilidad social de las empresas. Documentos de trabajo de la Universidad del CEMA

⁽¹⁸⁾ Lenardon, Fernando, Economía Social, Responsabilidad Social y Balance Social, Junio de 2013, Buenos Aires, Editorial Osmar Buyatti, p.203

valores deciden y llevan a cabo acciones. La ética empresarial es una rama de la ética aplicada que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios. Los directivos que actúan en forma ética respetan los valores de la igualdad, la libertad, el diálogo y la solidaridad; satisfacen a todos los agentes involucrados, internos y externos a las organizaciones; se responsabilizan por sus actuaciones y son coherentes y predicán con el ejemplo. ⁽¹⁹⁾

A su vez, las disciplinas de la administración, consideran que forma parte del campo de la ética de los negocios: la responsabilidad social de las empresas, el status moral de las corporaciones, la publicidad engañosa, el abuso de la información privilegiada, los derechos de los trabajadores, la discriminación en los empleos y la denuncia de actividades impropias de la empresa.

Ante los distintos escándalos de corrupción realizados por diferentes empresas, la ética de los negocios ha vuelto a surgir. Aquellas empresas que practican un comportamiento ético obtienen beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas, razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mejores resultados.

5) EL BALANCE SOCIAL

5.1) INTRODUCCIÓN

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 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 más compleja que intensifica las investigaciones en torno a la disciplina contable. Aparece un nuevo segmento de la contabilidad, la contabilidad social que emite información social que cubre los requerimientos de usuarios, tales como el gobierno, los consumidores, los inversores y los demás interesados en enterarse del comportamiento de las empresas y el impacto que causan en el medio social en el cual se desenvuelven.

El Balance Social es una forma de medir los resultados de la participación social, recogiendo datos y estableciendo formas de presentarlos mediante 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 EE.UU. en la década del sesenta y luego se traslada a Europa donde adquiere un mayor desarrollo teórico.

⁽¹⁹⁾ Giraldo, Maria Elena, 2005, La ética en la Administración, Responsabilidad Social Corporativa, Cuadernos de difusión Nro. 10, Aplicación Tributaria, p. 15

5.2) CONCEPTO DE BALANCE SOCIAL

Este informe comprende una exposición narrativa de propósitos y esfuerzos emprendidos en materia social y presenta en el mundo una gran diversidad, tanto en su forma como en su contenido de acuerdo al método con que se procesa y elabora la información social.

Más allá de su forma, el Balance Social, surge como una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de la responsabilidad social asumida por la empresa. Esta información es útil para la dirección, los trabajadores, los sindicatos, el Estado, las instituciones educativas y el público en general. En él se recogen datos que permiten analizar propuestas para perfeccionar la empresa. Muestra de manera detallada y cronológica la sustentabilidad económica y social de una entidad. Este documento comunica los resultados de una evaluación del impacto social; que permitirá reflejar la suma de acciones implementadas, a la luz de los criterios seguidos en materia de medición, elaboración de informes y validación.

Se entiende por Balance Social a toda aquella iniciativa que directa o indirectamente persiga reflejar la actuación empresarial en el ámbito de su responsabilidad social, demostrando precisamente que se trata de una empresa ciudadana. ⁽²⁰⁾. Otra definición, según la Organización Internacional del Trabajo, 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 periodo determinado y frente a metas preestablecidas.⁽²¹⁾

Este documento muestra la gestión empresarial desde el punto de vista de sus empleados, de sus accionistas, de sus clientes, del público en general y de la comunidad. Sus objetivos, entre otros, son:

- Facilitar la planificación, organización, dirección, ejecución, control y registro de las acciones de responsabilidad social empresarial asumidas por la empresa.
- Definir y actualizar políticas y programas de responsabilidad social empresarial, racionalizando la efectividad de las inversiones socialmente responsables.

⁽²⁰⁾ Mugarra, Aitziber , 2006, Balance Social y Responsabilidad social en las empresas de economía social , Madrid, Universidad de Deusto, Cajamar S.A.

⁽²¹⁾ Esta definición corresponde al Manual de Balance Social elaborado por la OIT en Medellín durante el 2001. El mismo cuantifica los datos sociales de la empresa y se refieren al empleo, las remuneraciones, la higiene, las condiciones de trabajo, la seguridad, la capacitación y la actividad de la empresa y sus consecuencias sobre la sociedad.

-Medir y controlar los impactos de las acciones de responsabilidad social empresarial de la empresa en términos de costo-beneficio, productividad y eficiencia.

-Mejorar la imagen de la empresa ante terceros.

-Servir como instrumento idóneo de apoyo en solicitudes crediticias, de exoneraciones impositivas y otras.

-Informar adecuada y transparentemente a otras empresas, al Estado, a la opinión pública y a los propios clientes acerca del desempeño social de la empresa.

La Resolución Técnica Nro. 36 define al Balance Social como un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento.

5.3) ANTECEDENTES

Algunos organismos y normas internacionales se refirieron al Balance Social: La Accountability 1000, emitida en noviembre de 1999 por iniciativa del Institute for Social and Ethical Accountability de Gran Bretaña; el Global Reporting Initiative (GRI) 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 2000; la Social Accountability 8000-USA, emitida por el Social Accountability Internacional de 1997; 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.

En cuanto a los antecedentes en la Argentina, la Ley Nro. 25250 modificada por la Ley Nro. 25877, con vigencia a partir del 11 de junio de 2000, establecía la obligatoriedad de la presentación de un Balance Social anual para empresas que ocuparan más de quinientos trabajadores. En el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se dictó el Decreto 2594 en diciembre de 2007, también establece la obligatoriedad de presentar dicho balance a las sociedades que contraten a más de trescientos trabajadores y que tengan una facturación anual superior al monto indicado en la resolución SEPYME (Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Industria) Nro. 147 del 2006. El 24 de octubre de 2012 se aprueba la Resolución Técnica Nro. 36, Normas Contables Profesionales: Balance Social que establece la norma para presentar este informe para aquellas organizaciones que hayan optado por su elaboración. El Modelo a utilizar es el de Estado de Valor

Económico Generado y Distribuido que se incluye en el Anexo I de dicha resolución.

5.4) ESTRUCTURA Y PASOS A SEGUIR PARA LA CONFECCIÓN DEL BALANCE SOCIAL

De acuerdo a la Resolución Técnica Nro. 36 el Balance Social ha de constar de dos partes:

- a) Memoria de Sustentabilidad: para su elaboración se atenderá a las pautas y principios establecidos en la Guía para la confección de Memorias de Sustentabilidad elaborada por el Global Reporting Initiative-GRI ⁽²²⁾, los cuales se referencian en el anexo II de la RT. Nro. 36. En la memoria que acompaña a los estados contables financieros, se ofrece una síntesis de la actividad desarrollada en el ejercicio y comentarios sobre la situación actual y perspectivas futuras del ente. En ella se suele incluir información socio-ambiental en forma narrativa pero su enfoque es predominante es el económico-financiero. Las memorias de sostenibilidad constituyen un gran avance en la sistematización de la información socio-ambiental. A los efectos de su visualización, estos se presentan en forma comparativa con uno o más ejercicios.

- b) Estado de Valor Económico Generado y Distribuido: es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en forma general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio. Este valor se diferencia del beneficio empresario debido a que el primero se refiere a la retribución de todos los grupos sociales que intervienen en los procesos inherentes a las actividades del ente y esta fundamentado en conceptos macroeconómicos, buscando presentar la parte en que contribuyen las entidades en la formación del Producto Bruto Interno; mientras que el beneficio empresario se vincula con la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado.

El Modelo que considera la RT 36 para el cálculo del Valor Económico Generado y Distribuido es el siguiente:

²² La Global Reporting Initiative es una iniciativa multi-stakeholder fundada en 1999 por el programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente y la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente. Dicta normas de uso voluntario por parte de las organizaciones a fin de difundir el impacto de sus actividades, productos y servicios.

<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>\$ del ejercicio actual</u>
1. Ingresos	
1.1. Ventas sin IVA según el Estado de Resultados	
1.2. Otros Ingresos	
1.3. Ingresos relativos a la construcción de activos propios	
1.4. Previsión para la desvalorización de créditos	
2. Insumos adquiridos a terceros	
2.1. Costo de los productos, mercaderías y servicios vendidos	
2.2. Materiales, energía, servicios de terceros y otros	
2.3. Pérdida o recupero de valores de activos	
2.4. Otras a especificar	
3. Valor económico generado bruto (1 - 2)	
4. Depreciaciones y amortizaciones	
5. Valor económico generado neto producido por la entidad (3 - 4)	
6. Valor económico generado recibido en transferencia	
6.1. Resultado por participación en inversiones medidas a VPP	
6.2. Ingresos financieros	
6.3. Otros ingresos	
7. Valor económico generado a distribuir (5 + 6)	
8. Distribución del valor económico generado	
8.1. Personal	
8.1.1. Remuneración directa	
8.1.3. Otros	
8.2. Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo	
8.3. Estado	
8.3.1. Nacionales	
8.3.2. Provinciales	
8.3.3. Municipales	
8.4. Retribución al capital de terceros	
8.4.1. Intereses y otros resultados	
8.4.2. Rentas	
8.4.3. Otras rentas	
8.5. Retribución a los propietarios	
8.5.1. Resultados no distribuidos	
8.5.2. Participación de no controlantes en ganancias retenidas	
8.6. Otras participaciones	

Según la enumeración de etapas mencionadas por el Instituto Ethos publicado en junio de 2007, se pueden distinguir las siguientes etapas:

- 1) Planificación del trabajo y selección de la estructura o modelo a adoptarse.
- 2) Designación del grupo de trabajo interno y partes interesadas externas a involucrarse y alineamiento de objetivos y compromisos con la alta administración y equipos.

- 3) Recolección, tratamiento y consolidación de los datos.
- 4) La elaboración y análisis del texto.
- 5) La verificación y auditoría de las informaciones.
- 6) La publicación y divulgación del informe.
- 7) Después de la publicación se recomienda hacer una encuesta entre las partes interesadas sobre la calidad de las informaciones presentadas, para que las sugerencias de alteración se consideren en el proceso de elaboración del balance social del período siguiente.

6) CONSIDERACIONES FINALES

La administración como toda disciplina originada en la actividad humana ha evolucionado constantemente considerando la dimensión social de la actividad económica del hombre. En tal sentido, los sucesivos cambios en las necesidades de la sociedad requieren que las organizaciones midan y difundan sus acciones con los distintos grupos de interés con los cuales se vinculan. Es así como surge el paradigma de la utilidad, como guía para la confección de los distintos informes y la necesidad de que las organizaciones presenten información que satisfaga estos requerimientos que se fundan en el bien común como dimensión social y comunitaria del bien moral.

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. De ello surge el interrogante de cómo evaluar el desempeño social, lo cual ha dado origen al balance social. Éste es una herramienta de la política de la empresa que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de un ente en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos internos y externos, durante un periodo determinado y frente a metas de desempeño definidas previamente. Este tema está llamado a mejorar los conocimientos y prácticas empresariales 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.

BIBLIOGRAFIA

Berger, Peter y Luckmann, Thomas, 1996, *The Social Construction of Reality. A treatise in the Sociology of Knowledge*, Nueva York, Anchor Books-Dubleday

Barnard, Chester, 1980, *Las organizaciones como sistemas de cooperación*, Buenos Aires, Ediciones de la Facultad de Ciencias Económicas UBA

Berger, Peter y Luckmann, Thomas, 1996, *The Social Construction of Reality. A treatise in the Sociology of Knowledge*, Anchor Books-Dubleday, Nueva York

Bourdieu, Pierre, 1980, *Le capital social*, Paris, Recherche de Sciencies Sociales

Bowen, Howard, 1953, New York, *Social Responsibilities of the Businessman*, Claremont Graduate University

Chyrikins, Héctor, 2007, Contabilidad Social. Contenido y formulación de conceptos, D&G, n° 90, Errepar

Del Prado, Luis y Spitznagel, Guillermo, 2003, *Administración*, 1era. Edición, Buenos Aires, Educa

Di Maggio, Paul, 1983, *The iron cage revisited: Institucional isomorphism and collective rationality in organizational fields*, American Sociological Review

Dómina, Alberto Carlos, *Responsabilidad Social Empresaria*, Adopción por convicción o por conveniencia, Buenos Aires, diciembre de 2008, Aplicación Tributaria

Federico, Antonio Agustín, 2009, *Globalización, Sociedad, Estado y Mercado. Una introducción a lo que sucede en el mundo actual*, Guía de Estudio de Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado en UBA XXI, 4ta. Edición, Buenos Aires, Eudeba

Fowler Newton, Enrique, 2001, Contabilidad Superior, 4ª ed., Buenos Aires, La Ley

Fronti de García, Luisa, 2005, *Contabilidad Social y Ambiental*, Universo Económico, n° 3

García Casella, Carlos, 1997, *Multiparadigmático de la Contabilidad: Modelos, Sistemas y Prácticas deducibles para diversos contextos*, Buenos Aires, Conicet

Giddens, Anthony, *El capitalismo y la moderna teoría social*, Barcelona, 1988.

Giraldo, Maria Elena, 2005, *La ética en la Administración*, Responsabilidad Social Corporativa, Cuadernos de difusión Nro. 10, Aplicación Tributaria

Global Reporting Initiative, 2006, *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*, EE.UU

Ferrel, O y Fraedich, J, 2003, *Business Ethics, Ethical Decision Making Cases*, New York, Cengage Learning

Instituto Ethos, 2001, *Guía de elaboración del Informe y Balance Anual de Responsabilidad Social Empresaria*, Sao Paulo,

Jelen, Mauricio, 2009, *El Balance Social y los intangibles corporativos*, 1era. Edición, Buenos Aires, Edicon, p. 14

Kliksberg, Bernardo, 1995, *El Pensamiento Organizativo*, Décimo tercera edición, Buenos Aires, Tesis Grupo Editorial Norma S.A

Lenardon, Fernando, 2013, *Economía Social, Responsabilidad Social y Balance Social*, Buenos Aires, Editorial Osmar Buyatti

Mattessich, Richard, 1957, *Toward a General and Axiomatic Foundation of Accounting with an Introduction to the Matrix Formulation of Accounting Systems*, Accounting Research, nº 4, 1957

Montuschi, L, 2003, *Etica, economía y negocios*, Buenos Aires, Serie de Documentos de Trabajo de la Universidad Ucema

Mugarra, Aitziber, 2006, Madrid, *Balance Social y Responsabilidad social en las empresas de economía social*, Universidad de Deusto, Editorial Cajamar

OIT, *Manual de Balance Social*, 2001, Medellín, Colombia

Resolución Técnica Nro. 36, diciembre de 2012, *El Balance Social*, Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas

Tilling, M, 2004, *Some thoughts on Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting* , *Social and Environmental Accounting Journal*, September, The Journal of The Centre for Social and Environmental and Accounting Research, United Kingdom