

Título:

LA RELEVANCIA DEL BALANCE SOCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES DE SUSTENTABLES

Tema:

El Balance Social como herramienta de gestión

Evento:

5° Jornadas Nacionales de Responsabilidad Social y Balance Social

Lugar y fecha:

Catamarca, 12 y 13 de septiembre de 2019

Autores:

Maciel, Jorge Sebastián

MP N° 42 LA – CPCE CHACO

Juan de Dios Mena 340 Depto. E

3624-595989

sebastian-maiel@hotmail.com

Martínez, María Silvana

MP N° 29 LA – CPCE CHACO

Av. Belgrano 218

3624-622329

martinez.maria.silvana@gmail.com

Título:

LA RELEVANCIA DEL BALANCE SOCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES DE SUSTENTABLES

Tema:

El Balance Social como herramienta de gestión

Evento:

5° Jornadas Nacionales de Responsabilidad Social y Balance Social

Lugar y fecha:

Catamarca, 12 y 13 de septiembre de 2019

INDICE

1. RESUMEN

2. INTRODUCCIÓN

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO MODELO DE GESTIÓN

4. LA SUSTENTABILIDAD

5. EL BALANCE SOCIAL COMO INFORME DE GESTIÓN

6. CONCLUSIONES

7. BIBLIOGRAFÍA

1. RESUMEN

El presente trabajo versa sobre lo que implica la Responsabilidad Social, en tanto modelo de gestión sostenible, y acerca del alcance del Balance Social, como un informe de dicha gestión.

Su objetivo general es, tal cual lo expresa el título: analizar la importancia del Balance Social para la toma de decisiones sustentables. Y para su desarrollo, se aplica el método descriptivo, tratándose de una investigación pura y bibliográfica, con un enfoque cuantitativo.

Se concluye que si bien hoy día el Balance Social es exigible sólo a determinadas entidades (por ejemplo, el Sector Público y empresas con más de 300 trabajadores), tarde o temprano, todas las organizaciones habrán de incorporar (obligatoria o voluntariamente), primero porque existe una tendencia global hacia la Responsabilidad Social, y luego porque efectivamente contribuye a gestionar con una perspectiva más humana.

2. INTRODUCCIÓN

Según la Subsecretaría de Responsabilidad Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, la Responsabilidad Social (RS) implica la adopción y puesta en práctica de valores y comportamientos que fortalezcan la sostenibilidad, la inclusión, la justicia y el desarrollo social.

Es una forma de accionar y gestionar para la consolidación de una sociedad con crecientes niveles de integración, participación, creación y distribución equitativa de la riqueza.

Según la UNESCO (2009), la RS “es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética.”

La RS, vista entonces como la gestión transparente de una organización con relación a sus grupos de interés (accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, estado, comunidad, etc.), se ve plasmada en un instrumento llamado Balance Social (BS), en

el que se demuestra cómo repercuten las políticas y estrategias, tanto a nivel interno como externo.

La Dra. Laura Accifonte (2016) manifiesta que los denominados BS se originan por la necesidad de las organizaciones, de expresar su comportamiento respecto de la sociedad y el ambiente, la cual surge de los requerimientos de los grupos de interés por conocer el desenvolvimiento de estos entes (más allá de lo que exponen en sus Estados Financieros), en lo que respecta al impacto de sus acciones y políticas.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO MODELO DE GESTIÓN

3.1. ¿Qué es la Responsabilidad Social (RS) Empresaria o Corporativa?

La ISO 26000 la define como “La Responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que, contribuya al desarrollo sostenible, tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable, esté integrada en toda la organización, y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

El Dr. Bernardo Kliksberg (2012) cita a la definición del Instituto ETHOS, la cual establece que *“La Responsabilidad Social es una forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, para el establecimiento de metas empresarias que impulsen el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo una reducción de las desigualdades sociales.”*

Kliksberg (2012), además, hace mención a que las empresas para ser consideradas socialmente responsables, deben poner en práctica, cotidianamente, los siguientes hábitos:

1. Políticas de personal que respeten sus derechos y favorezcan su desarrollo: es importante además de contribuir al buen ambiente laboral, atender a la protección de los empleados y permitirles su crecimiento, mediante una capacitación permanente. Se reitera en este aspecto, que la RSE no significa el simple acatamiento a las leyes laborales, lo cual es de rigor;

2. Transparencia y buen gobierno corporativo: la información debe ser de público acceso, dado que los estados contables, ganancias, pérdidas, proyecciones de incremento futuro, inversiones, etc. conciernen al interés público. Además, al interior de la empresa, también se ha de aplicar la democracia, donde todos los accionistas tengan voz, incluso hasta el más pequeño;
3. Juego limpio con el consumidor: comprende el cuidado por la calidad de los productos que se ofrecen al mercado o el servicio que se presta, y su relación con el precio, etc., como asimismo, la observancia de las normas estrictas de higiene en la fabricación de productos, lo cual involucra la salud de toda la población;
4. Protección del medio ambiente: prevé un desarrollo económico sustentable, que permita la prosperidad y el crecimiento, sin dañar el medioambiente, medida importante tanto para la supervivencia actual, como para no perjudicar a las generaciones venideras;
5. Integración a los grandes temas sociales: debe propender a la cooperación con las decisiones que el Estado adopte, a través de políticas públicas conducentes a un crecimiento en conjunto;
6. No practicar un doble código de ética: fundamentalmente esto se da en el caso de las multinacionales, que deben cumplir con la legislación vigente de los países donde la firma desarrolla su actividad, pues no se trata de beneficiar al estado matriz y perjudicar a los demás.

La RS, en tanto práctica habitual, como modelo de gestión ética y transparente, permite generar indicadores para medir los impactos de la organización, en el medio que la rodea, donde sus objetivos, apuntan al desarrollo sustentable de la comunidad.

3.2. ¿Qué implicancias tiene una gestión socialmente responsable?

Para que una empresa se considere socialmente responsable, ha de verificarse que se cumplan las dimensiones propuestas, tanto por el Instituto Ethos, de Brasil, como por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), en el año 2010, para la evaluación y planificación de los procesos de RS:

- **Valores, transparencia**: las decisiones deben condecirse con todos aquellos principios que pongan de manifiesto la cultura organizacional y orienten el cumplimiento de su misión; la conducción del desempeño sustentada en valores ayuda también a una relación con sus públicos de forma ética. En este sentido, la transparencia, es uno de los pilares de organizaciones que quieren establecer patrones éticos de relacionamiento.

- **Público interno:** se contempla por ejemplo, si se dialoga con los sindicatos, si proporciona información sobre las condiciones de trabajo, políticas de remuneración, beneficios y carrera, objetivos que afecten al personal, si hay libertad para la representación gremial, si se compromete con el futuro de los hijos de sus empleados, si valora la diversidad, entre otras cuestiones.
- **Medioambiente:** los aspectos más relevantes a evaluar para detectar un verdadero compromiso con el medioambiente son los siguientes: educación y creación de conciencia ambiental, gerencia del impacto sobre medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios, cómo se planifica la utilización de recursos y se controla la generación y destino de residuos.
- **Proveedores:** se refiere a la relación a partir de la cual puede reflejarse el compromiso con los principios de RS, entre el que se analizan temas como la forma de selección y evaluación de proveedores, la negativa hacia el trabajo infantil y el forzado o análogo al esclavo en la cadena productiva; el apoyo al desarrollo de los proveedores.
- **Consumidores y clientes:** el marketing no puede dissociarse de la preocupación por la RS. La búsqueda de coherencia es señal que desea crear valores para la sociedad y comunicarlos, afirmando una imagen de credibilidad y confianza. En este sentido, debe desarrollarse una política formal de comunicación (interna y externa), alineada con los valores y principios, con clientes y consumidores y esclarezca los aspectos innovadores de sus productos y servicios, así como los cuidados necesarios para su uso, fomente la cultura de RS y la transparencia en la comunicación con consumidores y clientes.
- **Comunidad:** debe tratar primordialmente, con su comunidad de referencia, el impacto producido por sus actividades. Por tanto, es necesario que tenga conocimiento de las repercusiones que genera y, en consecuencia, si posee un proceso estructurado para registrar quejas y reclamos. Igualmente, si promueve reuniones sistemáticas para informar a los liderazgos locales acerca de las providencias que ha tomado, si tiene algún tipo de financiamiento para acción social, si apoya el trabajo voluntario de los empleados.
- **Gobierno y sociedad:** bajo este ítem, se toma en cuenta para estar acorde a los principios de la RS, las contribuciones para campañas políticas, prácticas anticorrupción y soborno, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales gubernamentales.

Entre los beneficios que propicia el actuar con responsabilidad, pueden mencionarse los siguientes:

- Gobernabilidad de la organización;
- Estabilidad social y mejor talento humano;
- Mejoras en ambiente natural;
- Competitividad y nuevos negocios;
- Mejoras en el clima de los negocios;
- Mercado más próspero.

4. LA SUSTENTABILIDAD

4.1. ¿Qué se entiende por Desarrollo Sostenible o Sustentable?

Kliksberg (2012), tomando de base información relevada por la UNESCO, manifiesta que el Desarrollo Sostenible procura satisfacer las necesidades del presente in hipotecar las de las generaciones venideras.

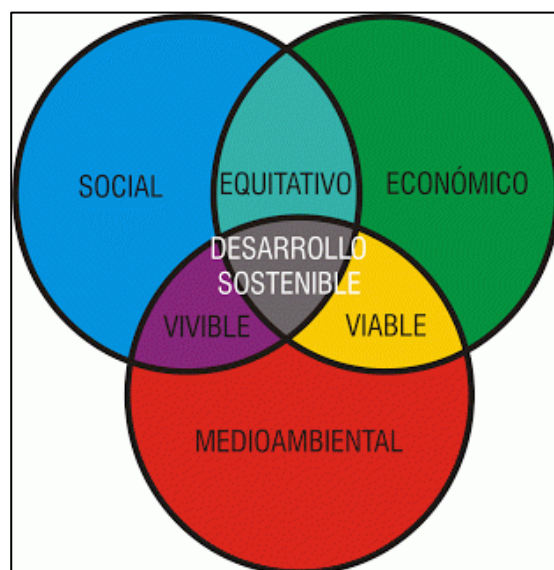
El Desarrollo Sostenible, es por tanto la voluntad de mejorar la calidad de vida de todos, incluida la de las futuras generaciones, mediante la conciliación del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medioambiente.

4.2. Objetivos del Desarrollo Sostenible o Sustentable

Las tres aristas del Desarrollo Sostenible son el plano social, el económico y el medioambiental.

De su conjunción o combinación de acciones posibles parcial, se espera que haya:

- un equilibrio justo entre lo que la organización desea ganar en términos de rentabilidad, que no vaya en detrimento del bienestar social;
- las personas puedan gozar de un entorno habitable, saludable;
- las operaciones productivas se den en un marco de factibilidad.



Pero es en la intersección de las tres esferas, donde se observa el verdadero sentido del Desarrollo Sustentable.

- Conseguir una rentabilidad duradera y compartida;
- Mejorar la sociedad en la que vivimos;
- Minimizar el impacto medioambiental de la actividad.



4.3. Las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible o Sustentable

Dimensión Económica

La dimensión económica de la sostenibilidad afecta al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial.

Proporciona una exposición sobre el enfoque de gestión con respecto al desempeño económico, a la presencia en el mercado y al impacto económico indirecto. Los Indicadores económicos ilustran:

- El flujo de capital entre los diferentes grupos de interés.
- Los principales impactos económicos de la organización sobre el conjunto de la sociedad.

El desempeño financiero es fundamental para comprender a la organización y su propia sostenibilidad. No obstante, esta información suele figurar en los estados financieros de la organización.

En cambio, lo que no es tan habitual, y sin embargo es solicitado con frecuencia por los usuarios de las memorias de sostenibilidad, es la contribución de la organización a la sostenibilidad de un sistema económico en su sentido más amplio.

Dimensión Ambiental

La dimensión ambiental de la sostenibilidad se refiere a los impactos de una organización en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua.

Los indicadores ambientales cubren el desempeño en relación con los flujos de entrada (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos).

Además, incluyen el desempeño en relación con la biodiversidad, cumplimiento legal ambiental y otros datos relevantes tales como los gastos de naturaleza ambiental o los impactos de productos y servicios.

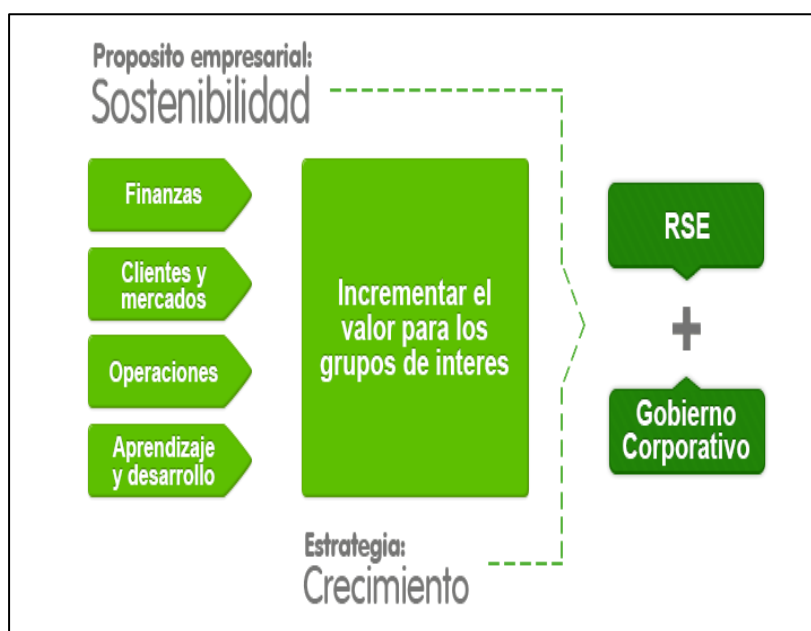
Dimensión Social

La dimensión social de la sostenibilidad está relacionada con los impactos de las actividades de una organización en los sistemas sociales en los que opera.

Los indicadores de desempeño social del GRI identifican los principales aspectos del desempeño en relación con los aspectos laborales, los derechos humanos, la sociedad y la responsabilidad sobre productos.

Los puntos de referencia principales deberán ser la Declaración Tripartita de la OIT sobre Empresas Multinacionales y Política Social y los Principios para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

4.4. Decisiones sustentables



En el ámbito del **Aprendizaje y Desarrollo**, las decisiones que se tomen se han de enfocar en qué necesita la organización en su interior para que la misma funcione; luego, en el campo de las **Operaciones (Procesos)**, se debe analizar cómo generar valor agregado en sus procedimientos; después, en el plano de los **Clientes y Mercados**, se tiene que definir a qué segmentos se le brindará ese valor; y por último, en la esfera de las **Finanzas**, se requiere establecer cuáles son las utilidades/rentabilidad esperadas.

No obstante, para que tengan impacto en los grupos de interés, los indicadores que se confeccionen para medir el desempeño de las cuatro perspectivas del llamado Cuadro de Mando Integral, deben orientarse a una forma de gestión socialmente responsable, que se refleje su vez, en un buen gobierno corporativo.

5. EL BALANCE SOCIAL

5.1. ¿Qué es el Balance Social?

El Balance Social (en adelante BS) es la denominación que utiliza el país para referirse a la “*Memoria o Informe de Sostenibilidad*”, volcándose en él la información no financiera de la organización.

Constituye una herramienta de gestión que permite aplicar las políticas organizacionales y ver la evolución de su aplicabilidad, contribuyendo a la elaboración de planes estratégicos para un mejor y mayor desarrollo en la comunidad.

El BS mezcla indicadores sociales que facilitan la medición de la relación que existe entre la organización y su entorno, específicamente sus grupos de interés.

5.2. Estructura del Balance Social

Lenardón (2013), establece que el Balance Social debe componerse de dos partes: la ***Memoria de Sustentabilidad***, elaborada conforme la Global Reporting Initiative (GRI) y el ***Estado de Valor Agregado (EVA)***, confeccionado según la Resolución Técnica N° 36 de la FACPCE.

La versión G3.1 (2011) de la Norma GRI, expresa que la elaboración de una ***memoria de sostenibilidad*** comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos, en relación con el desempeño organizacional, con respecto al objetivo del desarrollo sostenible, y en tal sentido, establece la siguiente estructura:

La organización y sus grupos de interés

1. Perfil de la organización
2. Dimensiones de la organización
3. Compromiso, iniciativas y asociaciones externas
4. Parámetros del Balance Social y Memoria de Sustentabilidad

5. Grupos de Interés

Gobierno, Ética e Integridad

1. Gobierno
2. Misión, Visión y Valores
3. Ética e integridad

Desempeño Económico

1. Contexto económico
2. Indicadores

Desempeño Ambiental

1. Gestión ambiental
2. Recursos, residuos, emisiones

Desempeño Social

1. Prácticas laborales
2. Derechos Humanos
3. Sociedad
4. Responsabilidad sobre productos y servicios

5.3. Diferencias con los Estados Contables (EECC)

En la construcción del BS, al igual que los EECC, hay que tener en cuenta que son el reflejo de la medición de una gestión de un periodo determinado de tiempo. La diferencia radica que el primer instrumento analiza información no financiera, mientras que el segundo se basa en datos cuantitativos.

En tal sentido, parafraseando a Maglioglio y otros (2012), se afirma que la información no financiera es aquella de carácter cualitativo, es decir, la no cuantificada en términos monetarios en los estados contables tradicionales, aunque puede aparecer cuantificada, incluso monetariamente, en la memoria u otro documento.

Además, se la divulga en forma voluntaria, comprendiendo cualquier dato que la empresa no está obligada a emitir por la normativa legal o contable, que acompaña a las cuentas anuales.

Tomando los elementos de la ética de la RS, se remarca que el BS es una herramienta comunicacional transparente, que marca una agenda de trabajo, teniendo en cuenta los grupos de interés.

Se trata de un enfoque sistémico y dialogal de sus partes intervinientes, que contribuye a la construcción estándar de indicadores que permitan medir los objetivos, metas y planes de la entidad, sin dejar de contemplar la comunidad donde ésta interactúa.

Esta naturaleza comunicacional, reflejo de un diálogo, tanto del equipo de trabajo interno como de los grupos que interesan a la organización, se plasma en el BS a través de las políticas de RS, factor determinante para transparentar la organización y que se entienda sobre todo, dónde está y hacia dónde va.

El “*dónde está*” lo define el diagnóstico organizacional, y el “*hacia dónde va*” se refleja mediante las estrategias concretas que se adoptan para alcanzar las metas establecidas, una vez detectadas las necesidades que deben satisfacerse para que permitan un desarrollo mutuo de la organización y sus grupos de interés.

Las acciones de RS a medir deben ser claras, pertinentes, accesibles, realizables, cuantificables, y compatibles con las circunstancias de cada grupo de interés, cuestión que no sólo permita una medición de la implementación, sino también una corrección y perfeccionamiento, la inclusión de las oportunidades de los distintos grupos, y un desarrollo pleno de la organización sobre la cual se implementa el BS.

5.4. Beneficios del BS

En el BS se incluyen valores cuantitativos y cualitativos que pueden orientar la planificación de las actividades de la empresa para el año siguiente. Es un instrumento que amplía el diálogo con todos los públicos con los cuales se relaciona: accionistas, clientes, comunidad de entorno, funcionarios, proveedores, gobierno, organizaciones no gubernamentales, mercado financiero y sociedad.

Díaz y Pereyra (2011) exponen que se trata de una forma de reunir información sobre las expectativas y la percepción de la sociedad y de los socios sobre el desempeño organizacional. La publicación anual del BS es fundamental porque:

- Amplía el diálogo de la organización con la sociedad: muestra cuál es su papel social y cómo encara sus compromisos con sus recursos humanos y ambientales;
- Ayuda al equipo a incorporar posturas éticas y transparentes;
- Sirve como subsidio en las negociaciones con los trabajadores;

- Ayuda a establecer relación con su público de interés: en el proceso de elaboración del BS se realiza la investigación de opinión y de formación de grupos de discusión, que permiten evaluar cómo los clientes, proveedores, accionistas y la comunidad en general ven a la empresa, su postura y sus productos;
- Diferencia su imagen en el mercado, frente a sus clientes, financistas y gobierno;
- Ayuda social: intensifica la planificación y el monitoreo de proyectos para diagnosticar los desafíos futuros;
- Permite comparar su desempeño y sus relaciones con el de otras empresas;
- Amplía la eficiencia de las inversiones sociales: intensifica la planificación y el monitoreo de los proyectos;
- Integra los objetivos socio-ambientales a la planificación: la RS pasa a ser parte del gerenciamiento cotidiano, demostrando la necesidad de metas e instrumentos de acompañamiento.

6. CONCLUSIÓN

Tal como lo expresa Malglioglio y otros (2012), dentro del marco del paradigma actual, la utilidad orientada al usuario, la información exclusivamente financiera ya no es suficientemente útil para la toma de decisiones.

Como herramienta de gestión, de aplicación y evaluación de acciones de RS, es necesario que el BS contemple un análisis integral de los indicadores analizados y reportados con una visión completa y correlacionada de la organización.

En síntesis, el BS debe entenderse como una traducción de las prácticas de RS que llevan adelante las organizaciones.

La definición de normas y estándares de gran difusión, para ponerse de acuerdo correctamente entre todos, poder comparar una situación con otra, con instrumentos de análisis similares, y lograr fijar expectativas de comportamiento organizacional validadas por todas partes, es lo que se conoce como la buena ciudadanía corporativa global.

7. BIBLIOGRAFÍA

Las referencias bibliográficas se exponen según el orden de su aparición en el texto:

- <http://www.desarrollosocial.gob.ar/responsabilidadsocial/1313>
- <http://www.unesco.org/es/the-2009-world-conference-on-higher-education/resources/higher-education-the-new-dynamics/social-responsibility/>
- Accifonte, L. "Balances Sociales: conoce la importancia de su elaboración y los principales puntos que debes tener en cuenta". Entrevista de la Comunidad RSE. Año 2016. <http://comunidadrse.com.ar/balances-sociales-conoce-la-importancia-de-su-elaboracion-y-los-principales-puntos-que-debes-tener-en-cuenta/>
- http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Kliksberg, B. "Guía de lectura: Ética para el Desarrollo". Programa Amartya Sen. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires. Año 2012.
- Kliksberg, B. "Ética para empresarios". Ediciones Ética y Economía. CABA. Año 2012.
- IARSE-ETHOS. "Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria". Versión 2.0. Argentina. Año 2010.
- Leonardón, F. R. "Economía Social, Responsabilidad Social, Balance Social". Osmar D. Buyatti. Año 2013.
- Malgioglio, J. M., et. al. "La importancia de la información no financiera para la toma de decisiones". Jornada de Investigaciones en la Facultad. Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas. Universidad Nacional de Rosario. Año 2012.
- Díaz, L. C.; Pereyra, F. M. "El Balance Social". Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuy. Mendoza. Año 2011.