

LAS TEORÍAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA ¹

PAULA A. D'ONOFRIO

1- EL ALCANCE DEL CONCEPTO “CONTABILIDAD SOCIAL”

La expresión **Contabilidad Social** fue utilizada en la década de los años 60 en la literatura técnica de los EE.UU. para identificar el cómputo y exposición del costo-beneficio de la actividad de entes públicos y privados, tal como lo señala el Dr. William Leslie Chapman. La Contabilidad Social, como la Contabilidad Patrimonial, concierne a la recopilación de los hechos o efectos sociales de la actividad empresaria.

Por su parte García Casella [1997,32-33] partiendo de una definición amplia del dominio del discurso contable distingue distintos segmentos de la contabilidad:

Contabilidad patrimonial. Se refiere exclusivamente a la información sobre patrimonio, entendiendo por tal los recursos económicos y las obligaciones económicas.

Contabilidad gerencial. Se refiere principalmente al cumplimiento de los objetivos organizacionales, no exclusivamente económicos

Contabilidad gubernamental: tiene doble carácter pues comprende aspectos patrimoniales y aspectos de cumplimiento de objetivos legales

Contabilidad macroeconómica: se refiere principalmente a la situación de grandes agregados respondiendo a Teorías Económicas tales como las de Keynes.

¹ El trabajo es una versión de la ponencia presentada y defendida en las sesiones del XVº Congreso Internacional de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Buenos Aires, Septiembre 2006.

Contabilidad social (macro y micro): se refiere principalmente a objetivos sociales producto de Teorías Sociológicas

Desde el punto de vista de la empresa, la contabilidad social es aquella que contempla la información que genera la entidad para reflejar diversos aspectos sociales sobre los que puede impactar su actividad. Ejemplo de esta son las cuestiones relativas a los empleados, la comunidad social, el medio ambiente, u otras cuestiones éticas.

Algunas de las definiciones más relevantes ofrecidas por diversos organismos o autores son las siguientes²:

Organismo o Autor	Definición
American Accounting Association	No establece una definición propia de contabilidad social, utiliza la genérica de la contabilidad: La contabilidad es la técnica y/o ciencia de medición e interpretación de las actividades y fenómenos que son de naturaleza económica y social esencialmente.
Seidler y Seidler	Modificación y aplicación de las prácticas, técnicas y disciplina de la contabilidad convencional, al análisis y solución de los problemas de naturaleza social.
Ramanathan	Proceso de selección de variables del comportamiento social de la empresa, las medidas y los procedimientos de medición, el desarrollo de información útil para la evaluación del comportamiento social y la comunicación de esa información a los grupos sociales interesados.
Gray, Owen y Maunders	Consideran que puede tener dos sentidos: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la información financiera acerca de los costes y beneficios relativos al

² <http://www.ciberconta.unizar.es/LECCION/medio21/200.HTM1>. Consulta agosto 2005

	<p>impacto del comportamiento social de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación periódica de un informe social de la entidad.
Mathews y Perera	<p>Supone la ampliación de los objetivos de la contabilidad tradicional hacia nuevas áreas de información como la información sobre empleados, productos, servicios al vecindario y la prevención o reducción de la contaminación.</p>

2- DISTINTAS TEORÍAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

Dentro de las Teorías de la Contabilidad Social distinguimos dos paradigmas opuestos como los son el **funcionalista o de mercado** y el paradigma **radical** y uno moderador como el que apoya en enfoque **interpretativo o social**. A continuación desarrollamos brevemente las características de los tres:

2.1- Paradigma funcionalista o de mercado:

Este paradigma incorpora todas las teorías basadas en la teoría económica neoclásica y la teoría clásica de gestión. Los argumentos en que se apoya para explicar la presentación de información son aquellos relacionados con el mercado.

Algunas de las ideas principales que sostienen son las siguientes:

- ◆ El objetivo de la información de tipo social es ofrecer datos útiles a los accionistas y los mercados de capitales, dado que la misma puede influir en la valoración positiva o negativa de las acciones.
- ◆ El usuario básico de la misma es el inversor.
- ◆ Los defensores de estas posiciones consideran cualquier requerimiento obligatorio relativo a la responsabilidad social a las empresas, es

considerado como una aplicación incorrecta de los fondos de los accionistas.

♦ La maximización de la satisfacción social se logra a través del libre mercado.

Este paradigma se apoya en justificaciones puramente económicas.

2.2- Paradigma Radical

Consiste en líneas de pensamiento con un planteamiento crítico sobre la situación existente. Está basado en los argumentos de los "teóricos críticos", que creen en un modelo de sociedad alternativo al actual, así como un papel distinto para la contabilidad.

Según Mathews³, las características básicas que se desprenden de los estudios realizados con este enfoque son:

El mercado debe ser abolido o debe perder su prevaencia como medio de asignación de recursos.
Las empresas están organizadas y operan para explotar las relaciones de poder.
Tal como está organizada la profesión contable está dedicada a mantener el status quo uniéndose a una de las partes del conflicto social (el capital), y excluyéndose de la otra parte (el trabajador).
La profesión contable mistifica los procesos para ejercer el poder, basándose en los valores de la economía marginal.
Los contables ignoran el alcance para el que la disciplina ha sido y está siendo construida dentro de la sociedad.

³ ídem nota 1

La contabilidad como disciplina debe cambiar para rendir cuentas de las relaciones sociales de una forma más amplia a la actual.
Los contables, auditores, profesores de contabilidad y estudiantes deben darse cuenta de que tienen la oportunidad de tomar parte en el conflicto social a través de sus relaciones sociales.
La contabilidad social es deficiente tal como es presentada por la mayor parte de la literatura, ya que únicamente considera la presentación de informaciones adicionales y, quizá, de externalidades. No considera la posibilidad de cambios en la propiedad de los recursos de capital. Además regula el mecanismo del mercado en lugar de eliminarlo de forma completa.

2. 3- Paradigma interpretativo o social

El paradigma interpretativo se basa en argumentos sociales que consideran la existencia de un mundo social con una pluralidad de agentes usuarios de la información social generada por las entidades económicas.

La información de base social ya no va dirigida principalmente al inversor, sino que también interesa a los empleados, clientes, público en general, administraciones y organismos públicos, ONG's, etc. Existe una multiplicidad de usuarios.

Por tanto, estos argumentos se utilizan cuando la información de tipo social se presentan para establecer la naturaleza moral de la empresa con el fin de satisfacer el contrato social de la misma y para legitimar y justificar las actividades de estas entidades ante la sociedad en general.

En consecuencia, estos argumentos se traducen en diversos enfoques:

Teorías	Característica básica
Contrato social	Las entidades económicas tienen un contrato implícito con la sociedad por el que tienen el soporte legal y la autorización para poseer y utilizar recursos naturales y contratar empleados. A cambio ofrecen productos, servicios y residuos al entorno, con lo que la sociedad espera verse correspondida. En este sentido la presentación de información social constituye la forma de explicar la utilización de todos esos recursos y los resultados obtenidos.
Legitimidad organizacional	La teoría de la legitimidad explica la presentación de información de base social con el objetivo de conseguir ser aceptados por la sociedad como fin último. Lo importante es conseguir la legitimación aún a costa de informaciones sesgadas.
Teoría del Stakeholder	Según esta teoría la información social es presentada por las entidades porque existe un numeroso grupo de agentes sociales interesados en la misma y en el funcionamiento de la entidad, y sin cuyo apoyo, explícito o implícito, peligraría la propia existencia de la compañía.

3- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Hasta no hace muchos años atrás conceptos como responsabilidad social, generación de valor, compromiso ambiental, no tenían una relación de responsabilidad directa con las empresas. No porque las empresas no los abordaran, simplemente no eran tomados como parámetros de competencias empresarias a la hora de evaluar a las mismas.

La responsabilidad social consistía en pagar los impuestos, no fomentar el trabajo fuera de la ley, actos filantrópicos y una serie de

buenas prácticas cotidianas eran suficientes para demostrar el compromiso empresario

Las empresas y fundamentalmente quienes las administran, se ven cohesionados entonces, por distintos factores de interés: mientras que algunos administradores de empresas reconocen como único objetivo obtener la mayor rentabilidad para los dueños de las mismas, y consideran que cualquier elemento ajeno a esto los distrae de su atención principal, otros intentan sin perder de vista este objetivo tener una visión amplia del negocio que incluya la satisfacción del cliente, la generación de cadenas de valor con los proveedores, la inclusión de los empleados, el reconocimiento de la comunidad local, la atracción de nuevos inversores, entre otras.

Si tomamos como concepto de Responsabilidad Social Empresaria, aquel que enuncia como principal parámetro de la misma el prestar atención a las expectativas que, sobre el comportamiento de las empresas, tienen los diferentes grupos de interés (stakeholders: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medio ambiente, accionistas, proveedores, etc.),⁴ veremos que no existe un modelo unificado que satisfaga estas necesidades que en muchos casos son contrapuestas.

Cuando hablamos de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) nos estamos refiriendo a una forma de gestión. La forma en que las empresas abordan sus compromisos y la relación con sus stakeholders o grupos de interés.

Existen varias definiciones de este concepto que parece haberse puesto de moda, sin embargo todas coinciden en resaltar las buenas prácticas y la asunción de las responsabilidades que generan los impactos que la empresa produce.

Se insta a las empresas a tener una participación más activa no solo en su ámbito interno sino en relación con la comunidad primaria, la comunidad local y la sociedad en su conjunto. A través del siguiente cuadro intentaremos explicar cuáles serían los

⁴ Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Informe 2004. Elaborado por Fundación Ecología y Desarrollo para Fundación AVINA. Colección "La empresa del mañana"

aspectos a considerar en este nuevo desafío que se les pide a las empresas y a quienes las dirigen:

<p>RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Salud. Calidad de vida • Capacitación • Emprendimientos • Desarrollo Económico y Tecnológico • Medio Ambiente • Recreación • Relaciones con ONGs locales • Gobierno
<p>RELACIÓN DE LA EMPRESA CON SUS EMPLEADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de salarios y demás prestaciones • Duración de la jornada laboral • Condiciones laborales • Condiciones de salud • No discriminación • Enfermedades y riesgos profesionales • Higiene y seguridad laboral • Medio ambiente interno • Fondos de pensiones • Alimentación • Transporte • Información y comunicación • Internalización de las políticas corporativas • Desarrollo del personal • Capacitación, educación • Tiempo libre
<p>RELACIONES CON LA COMUNIDAD PRIMARIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Familia del trabajador • Jubilados de la empresa • Accionistas • Canales de distribución • Consumidor final • Competencia • Acreedores • Proveedores

RELACIONES CON LA SOCIEDAD EN GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Sector Público • Participación en la Economía • Desarrollo Tecnológico • Gremios • Medios de información • Universidades e instituciones de investigación • Medio Ambiente • Relación con ONGs
---	---

La incorporación del concepto de responsabilidad social empresaria, entendiéndolo este con su alcance más amplio a cuestiones sociales y ambientales, contribuye al mejor desempeño económico de las empresas. Prueba de esto es la evolución de los índices de sostenibilidad como el Índice de Sostenibilidad Dow Jones⁵ o el Índice FTSE4GOOD⁶. Estos siguen los resultados financieros de las empresas que han hecho de la sostenibilidad un factor determinante de su estrategia corporativa. El comportamiento de los índices de sostenibilidad indicaría que los inversores valoran más las empresas que están menos expuestas a riesgos sociales, ambientales y éticos

En general, el primer paso que dan las empresas hacia la RSE, es la adopción de un código de conducta o un manifiesto donde señalan sus objetivos y valores fundamentales, así como sus responsabilidades hacia sus stakeholders (grupos de interés). Sin embargo, para que estos valores lleguen a traducirse en medidas, los mismos deben formar parte de la política de la empresa, y por

⁵ Fue impulsado por la compañía Suiza SAM Sustainability Group y en el que están representadas las compañías que mejores ratios de sostenibilidad e integración económica, social y medioambiental. El compromiso con la sostenibilidad y el largo plazo obliga a estas empresas a ser muy disciplinadas en sus estrategias mejorando los ratios de rentabilidad y riesgo

⁶ Es una serie de índices de referencia para la realización de inversiones en empresas socialmente responsables. Refleja la conducta ética de los mercados, propone una filosofía integral de la RSE y establece estándares para medirla. Fue lanzado en Londres en junio de 2001 impulsado por EIRIS (Ethical Investment Research Service , agencia de Reino Unido) y UNICEF. Los criterios para ser incluido han sido definidos a partir de estándares y código de conductas a nivel internacional, y se agrupan en tres grupos: derechos humanos, relaciones sociales y con los stakeholders, protección al medio ambiente.

que no, de su estrategia de negocios. Esto les obliga a añadir una dimensión social y ambiental a sus planes y presupuestos, evaluar los resultados en estos ámbitos, realizar auditorías sociales y ambientales y establecer programas de mejora continua.

Como elemento necesario para que las empresas desarrollen políticas sociales y ambientales responsables, propiciamos un modelo de gestión que involucre a todos los actores de la organización, que cuente con programas y presupuesto específicos que permitan el efectivo seguimiento de las acciones.

MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Definición de una política social de la empresa
Apoyo de la Alta Gerencia
Comunicación y participación de todos los niveles
Fijación de objetivos, planes, presupuestos y metas
Control
Reformulación de objetivos y metas (si correspondiera)

A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben adaptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que complementan a los considerados tradicionalmente. Los modelos tradicionales de administración, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para gerenciar las empresas en este nuevo entorno. Es por ello que

resulta imprescindible la capacitación de las futuras generaciones de administradores y contadores en este tema.⁷

4- NUEVAS TENDENCIAS EN LA GESTIÓN EMPRESARIA

La erradicación de la pobreza es una de las llamadas metas del Milenio⁸. En un mundo donde las corporaciones tienen un alto peso económico y político, la colaboración de las empresas en la consecución de este objetivo no resulta ajena. En este contexto el Estado debe asumir un rol de incentivador de asociaciones con el sector privado y de participación ciudadana. Debe garantizar el funcionamiento de los mercados, la transparencia y el suministro de información, así como el marco jurídico.

Sin embargo, no puede negarse la participación del sector empresario en el desarrollo económico y tecnológico de una nación. Las empresas con una innovadora forma de gestión ven la posibilidad de generar nuevos, o bien, ampliar su mercado y permitir a su vez, el escape de la pobreza o la entrada a la economía de mercado de los sectores menos favorecidos.

Surgen entonces nuevos modelos de gestión como una oportunidad de negocios para las empresas. Si consideramos que dos tercios de las personas del planeta son pobres, las empresas proveedoras de bienes y servicios estarían limitando su mercado a un tercio de la población existente. Una nueva visión gerencial pretende entonces, posicionar la presencia de sus empresas en los países en vías de desarrollo, que será crucial en el largo plazo, frente a otros mercados saturados.

⁷ En diversas Instituciones Universitarias Nacionales y Privadas existen materias relacionadas con este tema en las carreras de posgrado y Doctorados. En la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA, se dicta dentro de la Carrera de Grado de Contador la materia Contabilidad Social y Ambiental, como optativa.

⁸ Para el año 2015, 191 países miembros de la ONU se han comprometido a cumplir con los objetivos de: 1- Erradicar la pobreza extrema y el hambre; 2- Lograr la enseñanza primaria universal; 3- Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer; 4- Reducir la mortalidad infantil; 5- Mejorar la salud materna; 6- Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades; 7- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; 8 Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Los negocios en condiciones de vida sostenible buscan generar desarrollo económico y ayudar a las comunidades a construir condiciones de vida más seguras, o bien incorporarlas al sistema. La rentabilidad de estos negocios es un dato clave porque implicaría que forman parte de la corriente principal de pensamiento y actividades de la empresa, los cuales se diferencian de la filantropía ya que estos últimos se encuentran sujetos a restricciones presupuestarias.

El informe de World Business Council for Sustainable Development señala una serie de tendencias que propicia este enfoque:

- Las empresas ven la necesidad de conquistar las economías emergentes.
- Varios países en desarrollo han mejorado y los índices de análisis de “riesgo país” han mejorado notablemente la calificación.
- Las comunicaciones se agilizaron y el valor de las mismas ha disminuido considerablemente.
- Debido a las expectativas de la comunidad muchas empresas han comprendido que la mejor manera de involucrarse es teniendo una actitud proactiva en lugar de reactiva.
- Ha crecido en número de organizaciones no gubernamentales, fundaciones y asociaciones que facilita la interacción entre las empresas y los sectores más desprotegidos.
- La inversión externa en países en desarrollo ha aumentado.

Corresponde preguntarse cuál es el papel de los pobres dentro de esta comunidad de negocios. La clave principal de estos modelos resulta en la sinergia que se produce entre el valor social y el beneficio económico que se genera. Tan importante como esto

resulta no considerarlos como una alternativa de mano de obra barata o como un cliente con pocas posibilidades de decisión sobre sus consumos, sino como un potencial socio estratégico a lo largo de la cadena de suministros.

Las características propias de cada empresa determinarán el tipo de alianza entre ésta y los pobres. Así mientras en algunas organizaciones éstos serán clientes y la contribución principal que reciban será el acceso a productos de calidad precios adecuados; en otras serán socios empresariales, proveedores, o distribuidores generando empleo y acelerando la transferencia de habilidades.

Por su parte las empresas proveedoras de servicios de primera necesidad pueden contribuir de manera significativa al desarrollo local permitiendo el acceso de las comunidades de menores ingresos a los mismos.

COMO PROVEEDORES	
BENEFICIOS EMPRESARIALES	BENEFICIOS A LA COMUNIDAD
Menores costos de mano de obra	Nuevos puestos de trabajo
Riesgo compartido	Desarrollo de PYMES
Conocimiento y habilidades locales	Transferencia de tecnología
Mejores relaciones con el gobierno	Mejora de inversión
COMO CLIENTES	
BENEFICIOS EMPRESARIALES	BENEFICIOS A LA COMUNIDAD
Nuevos mercados	Mayor acceso a productos y
Aumento de	

ingresos	servicios de calidad
Mejora en el valor de la marca y posicionamiento para capturar un mercado futuro	Disminución de precios Mejor calidad de vida
Transferencia de productos	

5- LA SITUACIÓN EN ARGENTINA

La década anterior se caracterizó por estimular modelos económicos en los que el Estado debía ser eliminado. Las distintas relaciones entre la oferta y de demanda generarían equilibrio entre los participantes. Estos modelos generaron mayor exclusión y ampliaron la brecha entre ricos y pobres.

El asistencialismo así como la filantropía empresaria son situaciones que “apagan incendios” pero no resuelven situaciones ni siquiera en el mediano plazo. El dinero puede superar problemas nutricionales pero esto es solo un aspecto, una cara del problema. Buscar soluciones facilistas no hace otra cosa que empeorar la situación.

Todo modelo de gestión social debe tener como pilar el Desarrollo Sustentable. La satisfacción económica no debe condicionar el desarrollo social ni el cuidado del medio ambiente. Debe tener como objetivo el compromiso intergeneracional y asegura un equilibrio entre las dimensiones social, económica y ambiental de las regiones.

Todo modelo de gestión debe fomentar la identidad de los pueblos como elemento de revalorización y promover la integración cultural.

Debe promoverse por parte del Estado una menor desigual distribución del ingreso basándose en su sistema tributario. El estado debe fomentar la educación y asegurar condiciones básicas

de salud y alimentación entre los pobres. Debe desarrollarse inversión social que permita generar mayores posibilidades de igualdad.

El poder económico, y por que no político, que generan las grandes corporaciones debe ser reutilizado en términos de ventaja competitiva. Las empresas generan grandes presiones sobre los países en vías de desarrollo, contar con una buena ciudadanía corporativa y con políticas de responsabilidad social por parte de las empresas ayuda a generar valor agregado en las mismas y en las personas. Los modelos win win generan mejores condiciones para las partes, fomenta el empleo, mejora la imagen corporativa, facilita la integración.

La generación de programas de voluntariado corporativo, o de voluntariado estudiantil en donde se apoyan proyectos que persiguen fines sociales ayudan a disminuir la brecha de la desigualdad, y genera oportunidades de integración social.

6- MECANISMOS PARA EXTERIORIZAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS

En los párrafos anteriores hemos desarrollado las teorías que hacen referencia a la Contabilidad Social, la interrelación con el concepto de responsabilidad social, y la repuesta de algunas empresas frente a nuevos desafíos empresariales. Sin embargo cualquiera fuere la estrategia de Responsabilidad Social elegida por la empresa, poco futuro tendría si no existieran los medios de comunicación adecuados para que receptores de la misma. Existen diversas iniciativas globales y locales que nos resultan elementos válidos a la hora de demostrar la posición de la compañía respecto a su compromiso con la RSE, planteamos el siguiente resumen:

NOMBRE	NIVEL	NATURALEZA	CARACTERÍSTICAS GENERALES
Pacto Global	global	Principios / directrices	10 principios universales para la operatoria de los negocios
Global Reporting initiative	global	Principios / directrices	Memoria de Sostenibilidad que demuestra el desempeño ambiental, social y económico mediante el uso de indicadores
OIT	global	Principios / directrices	Promueve la asociación y cooperación entre empresas, trabajadores y gobierno. Definiendo una serie de principios y estándares laborales universales.
AA 1000	global	Norma. Estándar técnico	Esta basado en principios de accountability y compromiso con las partes interesadas para alcanzar el desarrollo sostenible
SA 8000	global	Norma. Estándar técnico	Desarrolla un estándar considerando los principios de la OIT. Propone la verificación de cumplimiento de los mismos.
ISO 14000	global	Norma. Estándar técnico	Proporciona estándares voluntarios de gestión ambiental, con el fin de minimizar los impactos y riesgos, propone la mejorar el desempeño ambiental de manera continua.
ISO 26000 (en discusión)	global	Norma. Estándar técnico	Estará basada en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Se espera su vigencia para el 2008.
Índice de Sostenibilidad Dow Jones	global	índice	Impulsado por la compañía Suiza SAM Sustainability Group y en el que están representadas las compañías que mejores ratios de sostenibilidad e integración económica, social y medioambiental. Obliga a estas empresas a ser muy disciplinadas en sus estrategias mejorando los ratios de rentabilidad y riesgo

NOMBRE	NIVEL	NATURALEZA	CARACTERÍSTICAS GENERALES
Índice FTSE4 GOOD	global	índice	Es una serie de índices de referencia para la realización de inversiones en empresas socialmente responsables. Refleja la conducta ética de los mercados, propone una filosofía integral de la RSE y establece estándares para medirla. Los criterios para ser incluido han sido definidos a partir de estándares y código de conductas a nivel internacional, y se agrupan en tres grupos: derechos humanos, relaciones sociales y con los stakeholders, protección al medio ambiente
ETHOS	Local (Brasil)	Principios / directrices	Propone un conjunto de indicadores de RSE, basados en valores y transparencia, lugar de trabajo, medioambiente, proveedores, gobierno consumidores, clientes, comunidad y sociedad
IARSE	Local (Argentina)	Principios / directrices	Promueve y difunde el concepto de RSE para impulsar el desarrollo sustentable en Argentina, tomando como base los principios del Pacto Global. Basado en ETHOS propone un conjunto de indicadores de RSE, referidos a valores, transparencia y gobernabilidad corporativa, público interno, medioambiente, proveedores, consumidores, clientes, comunidad, gobierno y sociedad
FORO ECUMÉNICO		Índice	Propone un instrumento de medición objetiva a la responsabilidad social de la empresa, la elaboración de un Índice de Responsabilidad Social Empresaria (IRSE). El mismo permitirá evaluar el aporte de las empresas al bienestar de la

NOMBRE	NIVEL	NATURALEZA	CARACTERÍSTICAS GENERALES
			sociedad. Los resultados del Índice, a su vez, se transcribirán en un Certificado de Responsabilidad Social Empresarial

Se debe cumplir con la expectativa de accionistas e inversores dentro de un amplio marco regulatorio que considera el derecho comercial, el laboral, el derecho ambiental, y el tributario dentro de la jurisdicción de los negocios. Si la RSE requiere el cumplimiento de las expectativas de los distintos grupos de interés se deben generar medios de información que permitan satisfacer estas necesidades.

7- LA INFORMACIÓN QUE BRINDAN LAS EMPRESAS COMO PARÁMETRO DE COMPROMISO DE RSE

El siguiente cuadro es una recopilación de casos de políticas y programas correspondiente al año 2004, desarrollados por empresas radicadas en Argentina. El material ha sido tomado del informe publicado por el Consejo de Empresarios Argentinos para el desarrollo Sostenible, CEADS. Los mismos no responden exclusivamente al concepto de Negocios en condiciones de vida sostenible.

<p>ACINDAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del Sistema de Gestión Integral de Acindar S. A. <p>AGUAS ARGENTINAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa Barrios Carenciados de Aguas Argentinas S. A. <p>ARCOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más que una Responsabilidad, una Oportunidad, en la Ciudad de San Luis. • Sistema de Gestión Integral en Planta de Galletitas Salto. Salto,
--

Buenos Aires.

- **ARCOR – DOS EN UNO.** Mejoras en la Gestión de RIS. DEU Planta 1, Arauco. Santiago de Chile.

- **ARCOR - CONVERFLEX S.A.** Mejoras en la Recuperación de Acetato de Etilo.

CARSA CAPEX SA

- Producción de Hidrógeno Eólico a Gran Escala en la Patagonia Argentina.

CLIBA

- Creación de una Planta de Tratamiento y Disposición Final de Residuos Industriales.

DOW PBB oli sur

- Eficiencia Energética y Gases de Efecto Invernadero.

DUPONT

- Programa de Apoyo Científico Tecnológico DuPont – CONICET.

- Reporte Social DuPont en Argentina – 2003.

- Campaña de Comunicación sobre Seguridad.

EDESUR

- Compromiso con la Comunidad.

- Programa de Iluminación Eficiente. ELI.

- Sistema de Gestión Ambiental.

FORD

- Educación para un Nuevo Mañana.

LEDESMA

- Recuperación y Conservación de Suelos mediante el Drenaje Subterráneo.
- Reducción de la Brecha Tecnológica.

MASISA

- Gestión de Residuos.

METROGAS

- Sistema de Gestión Integral de Salud, Seguridad y Medio Ambiente. ISO 14001 y OHSAS 18001.

MONSANTO

- Compromiso UEDAP - Unidad Experimental de Alta Producción.

ORGANIZACIÓN TECHINT

- Sistema Integrado de Gestión Preventiva.
- Ecoeficiencia en la Construcción de Obras Lineales. Proyecto CAMISEA.

PAN AMERICAN ENERGY

- Mejoras Constructivas: Construcción de Locaciones Petroleras.

TETRA PACK

- Reciclar es Proteger tu Mundo.

TGN

- Proyecto de Desarrollo y Gestión Comunitarios: Trabajo Compartido: Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo - Transportadora de Gas del Norte S.A.

UNILEVER

- Un Lenguaje Común dentro de la Cadena de Valor. Capacitación a Proveedores y Clientes.

8- CONCLUSIONES

Como lo indica el pretencioso título del presente trabajo, el mismo pretende hacer una breve reseña de las teorías que hacen referencia a la Contabilidad Social, para llegar a los hechos concretos de la misma.

Tomando como base el paradigma interpretativo o social intentamos relacionar el mismo con el concepto de responsabilidad social que enuncia como principal parámetro de la misma el prestar atención a las expectativas que, sobre el comportamiento de las empresas, tienen los diferentes grupos de interés.

El problema se suscita al ver que no existe un modelo unificado que satisfaga las necesidades de información de los distintos usuarios lo que impide la comparabilidad y en algunos casos tampoco facilita la legitimidad de la información.

Otro de los temas de interés abordados por el trabajo lo constituyen los modelos de negocios para erradicar la pobreza. Los mismos son una respuesta al desafío de gestión que va más allá de la generación de beneficios económicos de las empresas. Sin embargo no es la única respuesta, muchas organizaciones ubican su centro de atención en los empleados o en la comunidad en general sin pretender con esto generar valor monetario para la compañía.

Sin objetivo de buscar una única respuesta pero si de abrir el panorama de las nuevas alternativas de gestión, confiamos que la comunicación adecuada, clara y de fácil comprensión nos permita conocer la verdadera dimensión social de estas nuevas estrategias de negocios.

9. BIBLIOGRAFÍA

- AECA Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa Documento Nro. 1 (2004) Madrid
- Cantarelli y otros (2004) Responsabilidad Social empresaria: miradas argentinas. Universidad Católica de Córdoba
- CEADS- Empresa y Desarrollo Sostenible. Recopilación de Casos 1998-2004
- Comunidad Económica Europea – Libro verde 2001- Bruselas
- D’Onofrio P. (2005) La responsabilidad social empresaria ¿Nuevas competencias empresarias? Trabajo preparado para presentar en la III Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social Empresaria. Santiago de Chile.
- D’Onofrio P. (2004) “Gestión integrada de la Responsabilidad Social” en XXV Jornadas Universitarias de Contabilidad y I Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad. Noviembre. Trabajo distinguido con el Premio “Domingo Gariboti”
- D’Onofrio P. (2004) “Las Empresas Frente Al Desafío De Demostrar Su Responsabilidad Social” en VII Congreso Nacional E Internacional De Administración dictadas en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas. Junio 2004.
- D’Onofrio P. (2003) “El Balance Social y los Informes sobre Responsabilidad Social Empresaria”. Mención especial en la Categoría Postgrado del Premio Ética y Responsabilidad Social Empresaria Edición 2003
- Feole H., (2002- 2003) Revista Reflexiones latinoamericanas sobre el IARSE
- Guía para la elaboración del Informe Anual y Balance Anual de Responsabilidad Social Empresarial ETHOS 2001
- Núñez Georgina (2003) La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Publicación de naciones Unidas CEPAL
- Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Informe 2004. Elaborado por Fundación Ecología y Desarrollo para Fundación AVINA. Colección “La empresa del mañana”

- Rodríguez de Ramírez, María; D'Onofrio P. (2005) "Responsabilidad Social Empresaria en marcha" anales de las XIV Jornadas de Contabilidad, XVII de Auditoría y VI Gestión y Costos dictadas en el Colegio de Graduados en Ciencias Económicas.
- Sturzenegger, Adolfo (2003) Hacia una cultura de la Responsabilidad Empresaria en la Argentina (PAGINA WEB www.foroecumenico.com.ar)
- SustainAbility, UNEP & Standard & Poor (2004): "*Risk & Opportunity: Best Practice in Non-Financial Reporting*", The Global Reporters 2004 Survey of Corporate Sustainable Reporting, en www.sustainability.com/insight/research-article.asp?id=128.
- World Business Council for Sustainable Development (2004) Oportunidades de negocios para reducir la pobreza

Páginas consultadas

- <http://www.sustainablemeasures.com/Sustainability/index.html>
- <http://www.ceads.org.ar/>
- [http:// www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk)
- [http:// www.cepaa.org](http://www.cepaa.org)