



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

EL BALANCE SOCIAL. APROBACIÓN DE LA RESOLUCIÓN TÉCNICA NÚMERO 36 Y SU APLICACIÓN EN EL COLEGIO DE GRADUADOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS POR EL PERÍODO 2012

Autores: Dian, Andrés

Ruiz Barrenechea, Germán

Salomone, Ana Gabriela

Director: Manso, Patricia Mercedes

2014

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

RESUMEN

En el presente trabajo estudiaremos las causas conducentes a la preparación del Balance Social como informe de la empresa y a su vez el análisis de las herramientas metodológicas con las que cuenta el profesional.

El desarrollo del mismo es propio de nuestra tarea como contadores, sin embargo da lugar a una integración interdisciplinaria generando como consecuencia una mayor complejidad en su elaboración y verificación.

Nuestra finalidad es brindar en forma resumida aspectos que consideramos de interés general, donde podemos encontrar el origen del balance social, su progreso histórico, pautas técnicas y por último, como ejemplo, el Balance Social del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán, año 2012.

PRÓLOGO

Los importantes cambios que se están produciendo en la economía de las empresas han provocado profundas modificaciones en las ciencias contables desde el punto de vista de las registraciones, dejando desactualizado el sistema originalmente concebido hace 500 años

La empresa que la contabilidad tradicional analiza y refleja en sus documentos ya no existe más. La ciencia contable ha debido adecuarse a las nuevas demandas de información. Pero estos cambios han sido tan acelerados que la práctica se ha adelantado al desarrollo de bases teóricas.

Es a través del análisis de las nuevas estructuras de las organizaciones y del contexto global que se han propuesto técnicas contables modernas a fin de volver a satisfacer las necesidades corporativas, tal como lo ha hecho a lo largo de la historia.

Como corolario de todo este proceso de cambios es que se ha buscado adaptar la técnica contable a fin de cuantificar el impacto de la empresa en el ambiente en el cual se desenvuelve, surgiendo el Balance Social con sus respectivas bases normativas, objeto del estudio de nuestro trabajo.

Agradecemos a la Prof. Cr. Patricia Mercedes Manso por la dirección y el apoyo brindado en la preparación de nuestro trabajo y también a la Cr. Erica Stökl, al Cr. Raúl Chabán y al Cr. Omar Leguizamón Tula de la Subcomisión de Economía Social del Colegio de Graduados de Ciencias Economicas de Tucumán quienes nos dieron

lugar a fin de participar en la preparación del Balance Social de la institución por el período 2012 como aplicación práctica de nuestro trabajo.

CAPITULO I

GENESIS Y FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

SUMARIO: 1- La Responsabilidad Social de las Empresas; 2- Definición y conceptos generales; 3- Objetos de la RSE; 4- Manifestaciones de la RSE

1- La Responsabilidad Social de las Empresas

En la época actual vamos asistiendo a un proceso de redefinición de los roles sociales. Por una parte se observa una retirada del Estado del rol protagónico que ocupaba. Debido a los grandes contrastes sociales y a la degradación de los recursos naturales no renovables, la responsabilidad social y ecológica del estado se hace cada vez más tenue y las leyes pasan a ser una base mínima pero no suficiente para responder a las crecientes necesidades de la sociedad.

El Estado sigue asegurando las necesidades básicas pero esto no resulta satisfactorio frente a las mayores demandas y exigencias que plantea la sociedad.

Por otra parte, las empresas van adquiriendo cada vez más protagonismo en el orden económico, político y tecnológico, por lo cual también asumen mayor peso y significación en el orden social.

Las empresas deben afrontar a la sociedad civil desde nuevos parámetros.

Ya no es suficiente la doctrina de Milton Friedman, que consideraba que la única responsabilidad de la empresa es el beneficio económico, a lo sumo, el cumplimiento de la ley. Aparece como un hecho evidente en el actual contexto la imposibilidad de separar lo económico de lo social.

La empresa pasa a concebirse como un espacio de cooperación, donde el valor agregado producido debe repercutir en el bien de toda la sociedad.

Recíprocamente, la empresa advierte que llevar adelante una gestión socialmente responsable se ha convertido en un valor estratégico para conquistar nuevos escenarios y aun para mantener sus posiciones dentro de un contexto altamente demandante.

Las nuevas responsabilidades sociales que aparecen para las empresas suponen el incremento de demandas informativas, tanto desde el exterior como para la gestión de la entidad. Como consecuencia, las compañías han venido elaborando una serie de informaciones para cubrir esas demandas. La agrupación de todo esto datos se le ha denominado de diversas maneras como son: información social de la empresa, información o contabilidad sobre la responsabilidad social, información de base social, contabilidad social, etc. Con el objetivo de homogeneizar la nomenclatura la denominaremos Contabilidad Social, en la que se incluyen las informaciones que genera la entidad para reflejar diversos aspectos sociales sobre los que puede impactar su actividad, como ser las cuestiones relativas a los empleados, la comunidad social, el medio ambiente y las cuestiones éticas.

2- Definición y conceptos generales

EL Libro Verde de la Unión Europea define la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.

Desde esta perspectiva, la RSE, puede entenderse como la decisión voluntaria de los responsables de una empresa, que desde su propia ética, con sus valores, principios y códigos, asumen compromisos públicos, creíbles y transparentes, con sectores de la propia empresa y de la sociedad, acompañando a esos sectores en la superación de sus problemas y en las mejoras de sus ambientes, con acciones que, en principio, van más allá de las necesarias para el funcionamiento del negocio.

La RSE de cualquier empresa se inicia con el acto mismo de constitución, y su primera responsabilidad es justamente con sus fundadores. En la medida en que la empresa crece, esa RSE se expande a sus ejecutivos, empleados, clientes, y a la comunidad. También a los que se ha dado en llamar “los sin voz”, es decir, el medio ambiente y las generaciones futuras.

La RSE es una filosofía empresarial que da sentido a todas las decisiones que se toman en la empresa y a todas las acciones que se emprenden. Si bien esta filosofía emana de la alta dirección, se debe encontrar impregnada en todos los niveles de la organización.

La RSE implica, por tanto, que en la toma de decisiones y en las acciones que se emprendan la organización de negocios tenga en cuenta todos los posibles impactos que pueda ocasionar en sus distintos públicos y se proponga que todos obtengan los mayores beneficios posibles.

3- Objetos de la RSE

El concepto moderno de la RSE se enmarca en un proceso de toma de conciencia de:

- La eliminación de las distancias entre la acción social de Estado y la de las empresas, debido a la evidente insuficiencia del Estado para resolver los urgentes problemas sociales actuales.
- La necesidad de ir más allá del cumplimiento de las obligaciones legales para involucrarse en un compromiso ético con una

multiplicidad de actores, contribuyendo a la solución de diversos problemas sociales, tanto en el ámbito interno de la empresa como en el de su entorno comunitario y social.

- La necesidad de incorporar mejoras en materia de beneficios sociales para los trabajadores, más allá de las negociaciones colectivas.
- Otorgar una nueva legitimidad a la acción empresarial.

Se debe agregar que la redefinición de la RSE dentro de un triple compromiso labora-social-ecológico se propone y justifica dentro de un marco ético. El escenario empresarial responde a un hecho ya evidente en este nuevo contexto: la imposibilidad de separar lo económico de lo ético y lo social.

4- Manifestaciones de la RSE

La RSE se concreta a través de la conducta empresarial en el orden laboral, comunitario, medioambiental y ético, y se comunica a todos los stakeholders a través de diversos instrumentos, de los cuales el principal es el balance social. En consecuencia, las manifestaciones de su conducta socialmente responsable son las siguientes:

a- Implementación

1) Ética empresarial

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios: la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, etc.

La ética empresarial como disciplina académica suele abarcar uno o más de los siguientes temas:

- el estudio de los principios morales aplicables a la vida económica y empresarial;

- el estudio y crítica de los valores efectivamente dominantes en el ámbito económico en general y en cada una de las organizaciones;
- el análisis de los casos reales que ejemplifican la responsabilidad de las organizaciones y de sus diversos constituyentes;
- el desarrollo de cuerpos normativos voluntarios o procedimientos estandarizados de gestión, basados en principios y valores éticos;
- el seguimiento en organizaciones concretas, así como la observación de sus efectos en las propias organizaciones y su entorno.

El que una empresa deba responsabilizarse de sus actos no es nuevo.

En todos los países desarrollados hay legislación detallada, civil, penal, laboral, administrativa, mercantil, que especifica que responsabilidades tienen las personas y corporaciones. En los países desarrollados hay además sistemas judiciales suficientemente fiables que tratan de imponer las responsabilidades legales cuando es necesario.

Lo que es nuevo es la conciencia social de que esa responsabilidad corporativa existe, y que debe hacerse efectiva incluso cuando la ley no alcanza a imponerla. Por ejemplo cuando atañe a hechos realizados para fuera de las fronteras del país de nacionalidad de la corporación, cuando ninguna ley protege el bien afectado o cuando el procedimiento de reparación judicial es tan lento que resulta inútil.

En estos casos y en muchos otros, agentes extremos e internos presionan directamente a la organización, en la medida en que puedan hacerlo, para que se responsabilicen de sus acciones, al margen de si tiene o no una obligación legal de hacerlo.

Esas presiones que de algún modo suponen el reconocimiento de la impotencia del Estado frente a las organizaciones, pueden conducir, cuando se acumulan, a lo que podemos llamar “bancarrota moral” de esas mismas organizaciones. En cierto momento, una organización que haya descuidado sus responsabilidades puede encontrarse ante una bancarrota de este tipo, que conduce a una bancarrota financiera y que acaba por erosionar la confianza de los consumidores, los gobiernos, y los mercados.

Las organizaciones con una solida cultura ética se caracterizan por anticipar esas demandas, asumiendo sus responsabilidades antes que sean planteados como quejas o antes que se produzca el daño. Esto es lo que podemos llamar una actitud proactiva para distinguirla de la actitud reactiva, que se basa en responder a las demandas una vez que han sido formuladas.

2) Gestión de Recursos humanos

En la gestión de un modelo de RSE, el aspecto laboral es indispensable, ya que depende e involucra al público interno de la empresa u organización.

La eficiencia y eficacia de los trabajadores obedece a varios factores que inciden directamente en el desempeño laboral. Así, el insertar acciones tendientes a buen entorno de trabajo constituye un elemento imprescindible.

La OIT establece el marco internacional legal que permite garantizar la justicia social a través de normas internacionales del trabajo.

Estas cubren un amplio abanico de temas, incluyendo la libertad sindical y la negociación colectiva, el trabajo forzoso, el trabajo infantil, igualdad de oportunidades y de trato, así como también la consulta tripartita, administración e inspección de trabajo, la política y promoción del empleo, orientación y formación profesional, seguridad y salud, salarios, regulación de las horas de trabajo, seguridad social,

protección de la maternidad, trabajadores inmigrantes , pueblos indígenas, entre otros.

La RSE se traduce en un trato justo y preocupación por el bienestar de los trabajadores.

La misma OIT propone que la RSE en el trabajo constituye un empleo decente. En consecuencias, varias empresas ya están aplicando políticas como trabajos sustentables, prioridad dada a necesidades del empleado, salario justo, espacios de diálogo, acceso a tiempo de descanso y distracción, etc.

3) Gestión del medio ambiente

La gran mayoría de las empresas reconocen actualmente que tienen que tener una preocupación eficaz por el ambiente. Unas veces por convencimiento propio y otras por la presión de la opinión pública o de la legislación, las actividades industriales y empresariales se ven obligadas a incorporar tecnologías limpias y a poner medios para evitar el deterioro del ambiente.

En los últimos años ha aumentado el número de empresas que se ponen objetivos o tienen programas en cuestiones de medio ambiente. La finalidad, en bastantes ocasiones, no es solo cumplir con la legislación sino también colaborar en la mejora de la situación.

Es imposible obviar el impacto de los grandes problemas ambientales causados por nuestra forma de producir y de consumir. La alternativa, seguida actualmente por algunos empresarios, es incorporar el ambiente como parte del negocio empresarial, como una herramienta más para competir en el mercado. De esta forma, el sector empresarial, y en particular el industrial, se enfrenta a un reto ante el objetivo de incorporar la gestión medioambiental en la estrategia de la empresa, realizando las inversiones necesarias en investigación y desarrollo de tecnologías limpias, modificación de procesos, medidas correctivas, gestión de residuos, formación, etc.

Es así como, en la actualidad, la gestión medioambiental en el ámbito de la gestión empresarial comienza a constituirse en un factor crucial, que influye decisivamente tanto en la imagen de la empresa como en la calidad del producto, su costo, su comercialización y, en definitiva, en la competitividad.

Es necesario que las empresas planifiquen ecológicamente; esto implica detectar los problemas actuales y futuros. A tal fin, es menester traspasar las fronteras sectoriales y disciplinarias, temporales y espaciales, para abordar la realidad con su interdependencia sistemática, sus límites y su complejidad.

4) Gestión de ciudadanía

La ciudadanía corporativa no es una actividad “agregada” a la gestión empresarial o comunicativa de la empresa, sino que es parte integrante de la filosofía corporativa, basada en el comportamiento socialmente responsable a la hora de realizar su negocio.

La ciudadanía corporativa no es un conjunto de actividades planificadas por la organización para “calmar su conciencia”, “devolver a la sociedad parte del beneficio”, “posicionar a la compañía socialmente”, o incluso “ayudar filantrópicamente a la sociedad”, sino que es un compromiso ético y filosófico a nivel corporativo de desarrollar su negocio (y ganar dinero, por supuesto) de forma socialmente responsable.

La legitimidad de la empresa se sustenta en un “contrato social” entre compañía y sociedad, que le otorga “licencia para operar” en un determinado territorio. La sociedad puede revocar el contrato social con una organización por medio de diversas evidencias: los consumidores pueden dejar de comprar productos de dicha compañía o la comunidad puede activamente manifestarse en contra de la organización. Así, la supervivencia de la organización se verá amenazada si la sociedad considera que la organización no está cumpliendo con su contrato social.

b- Comunicación

Rendición de cuentas (accountability)

La rendición de cuentas, la accountability, se usa como sinónimo de responsabilidad, de dar cuenta, básicamente a nivel de gestión pública. En rigor no existe un consenso sobre que es la rendición de cuentas o accountability: es aun un concepto en construcción.

Tanto en lo público como en lo privado, ha surgido la necesidad de transparentar acciones y decisiones, de dar cuenta a la sociedad de políticas de administración, gobierno y funciones; de informar y se transparentes. Es por esto que la rendición de cuentas surge como una herramienta para lograr tales fines.

Se puede hablar de tres niveles de rendición de cuentas:

- La rendición de cuentas hacia arriba: en relación con los requerimientos del sistema legal regulatorio y del país donde actúa la empresa.
- La rendición de cuentas hacia abajo: hacia las personas y población, a las que la organización brinda servicios o a las comunidades en cuyo nombre se actúa.
- La rendición de cuentas horizontal: es la rendición hacia los propios pares.

Ahora bien, la idea de accountability es básicamente relacional e implica que las organizaciones se hacen responsables de sus mandatos ante determinados grupos y audiencias. Esta relación no es estática, sino por el contrario implica una acción permanente de la generación de confianza, legitimidad y apoyo a la organización, derivada de la credibilidad y de la efectividad de sus acciones.

En ese sentido, la accountability, además de ser un proceso transparente de información, puede entenderse como una estrategia central en la construcción de la identidad de las organizaciones del

sector, en clarificación pública de sus promesas y en la búsqueda continuada de apoyo de los stakeholders.

Dentro del marco de la RSE, la accountability tiene una doble vertiente. Por un lado un valor informativo, ya que es un instrumento de dialogo más adecuado para que la empresa se comuniqué con sus principales stakeholders o grupos de interés.

Por otro lado la accountability, es un instrumento de cambio y de competitividad. No solo es hablar, es actuar, ya que sobre la base de este propósito de transparencia al que sirve, obliga a las empresas a transformar ciertas políticas o adoptar ciertas prácticas que antes no tenían, para integrar las políticas de RSE en sus estrategias de negocios.

CAPITULO II

EL BALANCE SOCIAL FUNDAMENTO Y ANTECEDENTES HISTORICOS

SUMARIO: 1- El Balance Social o Triple Balance; 2- Reseña histórica en el contexto internacional; 3- Experiencia en otros países; 4- Antecedentes del Balance Social en nuestro país; 5- Pasos del Balance Social; 6- Requisitos para la implementación del Balance Social

1- El Balance Social o Triple Balance

La RSE constituye una respuesta a las necesidades de la sociedad interiorizándola de lo que es bueno para la sociedad y respondiendo a lo que la sociedad espera de la empresa.

El Balance Social surge como instrumento para delimitar y definir la responsabilidad social de la empresa.

Etapas Políticas: es la fase de toma de conciencia parcial por parte de la dirección de la empresa en cuanto a la necesidad de implantar el Balance Social como instrumento de relaciones públicas.

Etapas Técnicas: cuando surge la exigencia de un sistema de información social y se demuestra que el Balance Social es un instrumento válido para ello.

Etapas de integración de los objetivos sociales: cuando el proceso de Balance Social pasa a integrar los objetivos sociales como reflejo de la idea de responsabilidad social en los diversos niveles de la empresa.

En esencia, el Balance Social pretende expresar un conjunto de índices e indicadores que señalan los niveles de cada una de las variables que la empresa considera importantes para hacer cumplir su responsabilidad social.

El Balance Social tiende a mostrar si la organización está o no haciendo un buen trabajo desde el punto de vista de sus empleados, de sus accionistas, de sus clientes, del público en general y de la comunidad.

Según la OIT, “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”.

Sus objetivos, entre otros, son:

- Facilitar la planificación, organización, dirección, ejecución, control y registro de las acciones de RSE asumidas por la empresa.
- Definir y actualizar políticas y programas de RSE, racionalizando la efectividad de las inversiones socialmente responsables.
- Medir y controlar los impactos de las acciones de RSE 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 exoneración impositiva 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.

El Balance Social es entonces una herramienta que permite medir el alcance y cumplimiento de los objetivos de la RSE en tres ámbitos: dos relacionados con la empresa misma: el interno y el externo

de acción inmediata, y un tercero, independiente de la empresa, pero fundamental para ella y la supervivencia humana: el medioambiental.

El Balance Social también llamado el Triple Balance; se entiende por tal evaluación que deben realizar las empresas sobre su funcionamiento general, considerando su contribución combinada en la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente, y el capital social.

Es decir, el triple Balance buscara medir las utilidades y costos en los que ha incurrido la empresa en lo económico, lo social y lo medioambiental.

El balance social representa actualmente un elemento de suma importancia en la definida estrategia empresarial de muchas compañías, corporaciones, multinacionales y, en general, grandes empresas.

Igualmente, la pequeña y mediana empresa deberá adaptar progresivamente en sus políticas de gestión diversas iniciativas encaminadas a comunicar y desarrollar marcadas líneas de actuación para fomentar la RSE de las mismas.

La Responsabilidad Social Corporativa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en el gobierno, estrategia, gestión de las empresas de las políticas y procedimientos sociales, laborales, económicos, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que surgen de la relación y el dialogo transparente con sus grupos de interés.

La empresa que quiera identificarse como responsable, primeramente tiene que demostrar que cumple con la normativa vigente en todas las materias y, posteriormente, será verdaderamente responsable si realiza una serie de acciones incorporadas a su estrategia con carácter voluntario.

En definitiva una empresa se considera económica, medioambiental y socialmente responsable cuando responda satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento

tienen los diversos stakeholders y se responsabilice de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones.

2- Reseña histórica en el contexto internacional

A partir del año 1920 comenzaron a aparecer en EE.UU. iniciativas de responsabilidad social, pero estaban inspiradas en el principio de caridad. Anterior a esta fecha lo que estuvo vigente fue la caridad del empresario, entendido como individuo y no como empresa.

En el año 1920, Andrew Carnegie formulo el concepto de “*The Gospel of wealth*”, por el cual las personas adineradas y sus empresas debían asumir como responsabilidad administrar la riqueza para bien de toda la sociedad, asistiendo y guiado a los individuos en desventaja o con menor fortuna.

En la década de los 50, diversos mecanismos en EE.UU incentivaron aportes caritativos de gran beneficio para las empresas.

Si bien en Alemania hay antecedentes muy antiguos, tales como la propuesta de E. Sachalenbach en 1929 de un “balance dinámico”, el origen de su concepción actual se encuentra en los años 60 en EE.UU.

A partir de esa década, destacados empresarios (Thomas Watson de IBM, David Rockefeller del Chase Manhattan y otros) plantearon – por primera vez – la idea de una responsabilidad social de las empresas.

En ese país, el repudio de la población a la guerra de Vietnam y la preocupación por algunas actividades empresariales dieron inicio a un movimiento de boicot a la adquisición de productos y acciones de las empresas involucradas en el conflicto. La sociedad exigía una nueva postura ética y diversas empresas pasaron a presentar cuentas de sus acciones y objetivos sociales.

El Balance Social, como informe social de la empresa, entendido como un esfuerzo sistemático para medir, evaluar e informar sobre el desarrollo de las actividades empresariales que tienen un

impacto social, nació con los intentos de diversas empresas alemanas para mejorar las relaciones laborales.

A fines de la década del 60, el alemán Dierkes dio origen a una importante polémica académica al indicar la necesidad de medir, usando parámetros adecuados, la incidencia de la actividad empresarial en la sociedad, y expresarla documentadamente, a fin de proteger los derechos de los trabajadores y de los consumidores.

A comienzo de la década del 70, nació en Estados Unidos la idea de establecer un balance social para la empresa, similar al balance financiero. Esta idea tuvo su origen en la necesidad de la empresa privada de mejorar su imagen frente a una presión social continuada.

En ese contexto, bastaba con la descripción de las acciones de la empresa que iban en beneficio de la comunidad para denominarlo Balance Social.

En 1973, Raymond Bauer y Dan Fenn pusieron de relieve que, si las empresas querían superar su misión original, repartir beneficios a sus socios debían expresar contablemente la realidad de sus actuaciones sociales, es decir, sus actividades económicas con incidencia social.

La primera vez que apareció el concepto “balance social” fue en Francia, en 1975, en el “Informe Sudreau sobre la reforma de las empresas”. Allí se recomendaba establecer un balance social anual del estado de cada empresa, a partir de indicadores representativos de la situación social y de las condiciones de trabajo”. En 1976, el ministro de trabajo francés presentó un anteproyecto de ley sobre el balance social, que debía ser obligatorio para las empresas con más de 750 asalariados. Francia fue la nación pionera en incorporar el balance social a su legislación positiva mediante la ley 77-769 del 12 de julio de 1977, que incluyó los indicadores sociales como medida de la actuación corporativa. Esta ley utiliza la experiencia acumulada desde 1965 por el Instituto de Estudios de la Confederación General de Sociedades Cooperativas.

Los primeros balances sociales conocidos son de la empresa Singer (Francia, 1972) y el Grupo Steag (Alemania, 1973) la cooperativa alemana Koelnerbank, en 1976, y la cooperativa suiza Migros, en 1977. En España, a partir de 1977, algunas empresas comenzaron a incluir en sus balances, en forma voluntaria, cuentas sociales. Posteriormente, varias empresas españolas (Entel, Telefónica, Caja Madrid, Banco de Bilbao, Mapfre, etc.) prepararon informes sociales.

En Estados Unidos, el American Institute of Certified Public Accountants realizó en 1977 los principales avances teóricos del tema.

Luego se difundió este mecanismo en Alemania, Francia y rápidamente se expandió por el mundo.

Sin embargo, a lo largo de los años 80, decayó el interés por el balance social. El concepto fue desapareciendo de la esfera de la opinión pública empresarial e, incluso, de las actividades voluntarias de las empresas.

A fines de la década de los 80, Estados Unidos estrena su primer modelo de balance social propuesto por Paul Hawken, dirigente de la TNS International, fundación con fines educacionales que incentiva a las empresas a adoptar políticas de sustentabilidad ambiental.

El modelo de Hawken ayudó a cambiar la cultura corporativa de la red de heladerías Ben & Jerry's, que se hizo famosa por su política de responsabilidad social. Originalmente concebido como un instrumento administrativo, elaborado por los propios empresarios, este tipo de balance buscaba mostrar que la compañía estaba atendiendo sus objetivos sociales. El documento pasó a integrar el balance financiero anual de la empresa a partir de 1988.

En 1985, en Portugal, la ley 141/85 obligó a la presentación del balance social de empresas con más de 100 empleados.

En 1990, el Domini 400 Social Index del EE.UU no admitió en sus listados la participación de empresas involucradas con tabaco, alcohol, juego, armas y generación de Energía Nuclear.

A mediados de los años 90, la New Economics Foundation, una organización británica de investigaciones sin fines de lucro, desarrolló un modelo bautizado con el nombre de “auditoría social”, que fue aplicado en Traidcraft, red de tiendas que venden productos artesanales en el mundo entero, y en la red de cosméticos *The Body Shop*. Era más detallado y cuantitativo que el modelo lanzado por Ben & Jerry's, preveía la realización de auditorías externas e independientes. También expresaba como funcionarios, proveedores, clientes, accionistas y proyectos filantrópicos favorecidos por el grupo veían la actuación de la empresa.

En el año 1997, en su obra *Cannibals with Forks* (Caníbales con tenedores), John Elkington introduce el concepto revolucionario *Triple Bottom Line* (TBL), que hace referencia a los niveles mínimos de comportamiento de tres conceptos claves – rentabilidad, planeta, gente – y a la posibilidad de introducir un capitalismo sostenible.

Asegura que “en un mundo donde la naturaleza de las empresas reside en devorar a su competencia, una nueva forma emergente de ‘canibalismo con tenedor’ – capitalismo sostenible – constituiría sin duda un verdadero progreso”. También explica que el tenedor representa la sostenibilidad y sus tres dientes, la prosperidad económica, la calidad ambiental y la justicia social. Pese a que se orienta más hacia el tema ambiental que al económico y social, el autor deja en claro que la integración de las tres dimensiones en la agenda política constituye un desafío fundamental para la empresa del siglo XXI.

La convicción de que las empresas deberían asumir su responsabilidad social data de mediados del siglo pasado, pero dos acontecimientos al menos han dado al asunto una relevancia inusitada en los últimos años.

El primero es el hecho de que Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, propusiera a las empresas, a las organizaciones cívicas y a las laborales un Pacto Mundial en 1999, ante

el Foro Económico de Davos, con el propósito de extender los beneficios de la globalización a todos los seres humanos.

“Elijamos – decía – unir el poder de los mercados con la autoridad de los ideales universales. Elijamos reconciliar las fuerzas creadoras de la empresa privada con las necesidades de los menos aventajados y con las exigencias de las generaciones futuras”. Parecía dar a entender Annan con estas palabreas que orientar el mercado en un sentido u otro es una cuestión de elección, no de fatalismo insuperable, y que proponía como brújula para las decisiones empresariales respetar y promover nueve principios, que recientemente se ampliaron a diez, y hacen referencia a los derechos humanos, laborales, medioambientales y al compromiso de eludir prácticas de corrupción.

En 2001 se produjo el segundo acontecimiento decisivo. La Comisión de la Unión Europea propuso en el célebre Libro Verde fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, con el propósito de convertir a la economía europea en la más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejores empleos, y mayor cohesión social. Para lograrlo se invitaba a las empresas a invertir en su futuro, llevando a cabo un triple balance económico, social y medio ambiental, que permitiera el avance en paralelo del crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente. Tres claves para una economía que no quiere hacer nada extraordinario, sino simplemente sus deberes.

Algunos años más tarde, al menos 200 empresas de más de 80 países y también alguna administración pública (ayuntamientos e incluso gobiernos) se han adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y el Parlamento Europeo, por su parte, propone integrar el concepto de responsabilidad social en todos los ámbitos de competencia de la Unión.

En Francia, por ejemplo, país sin dudas pionero y referente, desde 1977, en virtud de la ley N°77-769, se viene exigiendo a todas las empresas que ocupen mas de determinada cantidad de trabajadores, hoy 300, la publicación anual de un *Bilan Social* sobre los resultados logrados durante los últimos tres años, con información sobre el empleo, la remuneración, la salud y seguridad en el trabajo, las condiciones de trabajo, la capacitación , las relaciones laborales y las condiciones de vida de los empleados y sus familias. Tras un examen y la formulación de observaciones por los representantes del sindicato y el consejo laboral de la empresa, el *Bilan Social* se distribuye a todos los empleados, inspectores y partes directamente interesadas.

Cabe citar, como practicas de “balance social” muy difundidas en Europa, el Sozial Bilanz Praxis (SBP) en Alemania, el modelo SMAER en Italia, el Ethical Accounting System (EAS) y el modelo New Economic Foundation (NEF) de *social auditing*, en Gran Bretaña.

Los casos de fraude informativo recientes de las empresas Parmalat, Enron y WorldCom, para señalar los que más trascendieron, dieron el impulso definitivo a la instalación del Balance Social como requerimiento indispensable para que la sociedad en general pueda disponer, como dice Stolar (2006), de “información confiable, fidedigna y fundamentalmente transparente”.

3- Experiencia en otros países

Muchos son los países que presentan importantes avances en la materialización de algunas de las posiciones teóricas, que recuperan la necesaria articulación de objetivos sociales con los tradicionales fines lucrativos de las empresas:

Europa, Japón, Estados Unidos:

Los esfuerzos europeos aparecen claramente desde la década de los 70 si bien, en Gran Bretaña, Kapp (1966) ya había contribuido a sensibilizar a los empresarios con su libro *Los costes sociales de la empresa privada*.

En Francia se presentaron declaraciones del ala empresarial progresista; se incentivo la reflexión sobre el tema desde su Partido Socialista y se promulgaron leyes, como la de 1977, que impusieron la obligación a algunas de sus empresas de informar públicamente sobre lo realizado en la materia de nuestro interés, fundamentalmente en relación con las condiciones de vida y de trabajo de los obreros y empleados a través del denominado balance social.

En 1984, gran Bretaña dio inicio al desarrollo de Fondos Socialmente Responsables, que posteriormente serian imitados en Francia, los Países Bajos y España.

Dinamarca ha tenido buenas prácticas realizando informes y auditoría sobre responsabilidad social y ética de las empresas.

Entre los acontecimientos más relevantes que han sucedido recientemente figura la creación de un Ministerio de Responsabilidad Social Empresarial en Gran Bretaña y una propuesta de ley de responsabilidad Social de las Empresas, presentada al Congreso español.

En resumen, se trata de aproximadamente treinta años de trabajo en los países europeos, coronados con una publicación de la UE (2001) que recomienda a las empresas la realización de un balance global de RSE que incorpore los aspectos ambientales, sociales y económicos.

En otros contextos geográficos, Japón ha contribuido al mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo mediante el impulso de su enfoque de Calidad Total, que, si bien esta dirigido especialmente a la satisfacción del cliente, ha puesto atención en los aspectos humanos, como las condiciones internas de trabajo en la empresa, que permite un adecuado trabajo en equipo (círculos de calidad) y motivan a la participación de los trabajadores en los procesos decisorios.

EE.UU. ha desarrollado un mayor esfuerzo por cuantificar lo social, expresando en dólares y en términos costo-beneficio las ventajas y los perjuicios sociales causados por la empresa. EN el extremo opuesto estarían aquellos balances sociales que se concretan en un informe estilo literario; es el caso de algunas sociedades alemanas. Y en un punto intermedio estarían aquellos balances sociales que intentan medir lo que es medible sin pretender cuantificar lo que no es cuantificable.

Estados Unidos se destaca por su producción bibliográfica sobre el tema, iniciada con títulos como *La empresa con rostro humano* de Servan-Schreiber (1973), y continuada por autores como Sturdivant y Stacey (1990), Sturdivant y Vernon-Wortzel (1990) y Fishman y Cherniss (1990).

América Latina:

Algunos países latinoamericanos se destacan hoy por sus preocupaciones en este campo: Colombia, Perú, Ecuador, Brasil, Chile, Argentina, Uruguay, Costa Rica, entre otros.

En nuestra región cabe destacar el caso de Brasil, con una importante y creciente normativa en materia de “Balanco Social “y Responsabilidade Social das Empresas”.

4- Antecedentes del Balance Social en Nuestro País

En la República Argentina, el origen de la Responsabilidad Social Empresarial estuvo marcado por la Iglesia Católica, la cual realizaba acciones de naturaleza caritativa. En segundo lugar se

encuentra el Estado, que comenzó a enfocarse en las necesidades sociales de la comunidad y, en ese momento, se empieza a hablar de Filantropía.

Entre los años 1920 y 1976 se reemplaza el concepto de Filantropía por el de Justicia social. Este cambio fue propuesto por el partido peronista. En este periodo, donde se produce una gran industrialización, especialmente en los años treinta, las empresas comenzaron a establecer pueblos, construyendo viviendas y asociaciones para el bienestar de sus trabajadores. Un ejemplo de esto es la Algodonera Flandria ubicada en Luján, provincia de Buenos Aires.

En la década del ochenta se produjo una crisis profunda en la Argentina, durante la cual, las organizaciones civiles realizaron acciones caritativas con el fin de aminorar los daños, insuficiencias y necesidades de la sociedad afectada.

Junto a las crisis económicas, los empresarios se enfrentan a un viejo dilema: tener un criterio de rentabilidad o tener un criterio social que les permita equilibrar una empresa que produzca, genere márgenes de utilidad y además se preocupe por cuestiones como el bienestar de los trabajadores, el medio ambiente, responder a las necesidades de la sociedad, el desarrollo regional, el cumplimiento de las leyes, entre otras cosas. Debido a esto, las empresas deben enfrentar importantes escenarios por demás difíciles, en un entorno económico más generalizado, globalizado y desafiante.¹

La década de los 90 estuvo caracterizada por las privatizaciones, concesiones y asociaciones. Sobre todo las iniciativas asociativas: los sindicatos, las asociaciones de derechos humanos, asociaciones solidarias, etc.

Con el resurgimiento de la democracia se produjo un crecimiento del número de asociaciones. Esto se relaciona con el incremento de las valoraciones sociales, sobre todo las de índole ambiental. Además, el desarrollo de actividades filantrópicas, de

¹ MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, Edim, GARCÍA MARTÍNEZ, Luis Ladislao, Op. Cit., págs.55- 56.

promoción social y cultural, fue promovido por las empresas, fundamentalmente a través de Fundaciones.

En los últimos años, el concepto que se expresa mundialmente relacionado con el concepto de filantropía, es el de Responsabilidad Social Empresarial. Esto se debe al aumento en la participación y el poder de las empresas en la sociedad, el incremento de su compromiso como ciudadanos y la minoración del rol social del Estado.

Las empresas, a partir de los años 90, han cambiado su interés por un rol social dentro de la sociedad. En el entorno de la Sustentabilidad Corporativa, se demuestra una reforma en la sociedad Argentina, propagando el compromiso adoptado por el resto de las empresas en el mundo.

Actualmente, existe en nuestro país un Proyecto de Ley sobre la Responsabilidad Social Empresarial. El mismo fue presentado el 21 de Julio de 2011 por el diputado de Salta Fernando Yarade, y en su realización colaboraron la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas y el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta.

Este proyecto fija las bases del Código de Conducta y de un "Balance Socio Ambiental", el cual tiene que estar auditado por un contador. Plantea que las conductas de Responsabilidad Social Empresarial sean volcadas en un código de conducta. Y, establece que las conductas sociales realizadas por las empresas sean evaluadas y expuestas mediante indicadores de desempeño, que midan el grado de cumplimiento de las mismas.

Dentro del plano Provincial, están: la Ley N° 4531 de Río Negro, el Decreto N° 517/11 de Salta y la Ley N° 2594/07 de la C.A.B.A., que aluden a la Responsabilidad Social Empresarial.

Argentina cuenta con el Instituto de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) y la Fundación del Tucumán, localizada en la ciudad del mismo nombre (www.iarse.org y

www.fundaciondeltucuman.org.ar). El primero busca estrechar el compromiso del sector empresarial con el desarrollo sustentable y las prácticas de la responsabilidad social, mientras que el segundo promueve la RSE y la educación en la administración de las empresas por parte de las organizaciones de la sociedad civil (Cardozo y de Regil, 2006).²

Por otro lado, existe la revista llamada Sinergia³, que se trata de una publicación electrónica gratuita. La misma fue la primera revista académica en ser publicada, y está dedicada a producir y propagar contenidos que amparen y fundamenten los programas, acciones y proyectos de RSE. Cuenta con cuatro publicaciones al año, en edición digital, y un compilado que, a modo de anuario, se publica en soporte de papel. De esta manera lo hicieron en los años 2007 y 2008.

En conclusión, la Responsabilidad Social es la acción de un ente o empresa que traslada sus valores, inquietudes y obligaciones de ciudadano a los distintos sectores de la sociedad; desarrollándose progresivamente una intención de crecimiento, y constatando así un cambio de paradigma sobre la relación empresa-sociedad.

5- Pasos del Balance Social

1) El primer paso para gestionar de forma idónea la RSE será confeccionar un plan de RSC.

Básicamente, se trata de un documento global de gestión y evaluación del compromiso de la empresa con la RSC, que conjuga las dimensiones económica, social y medioambiental que afectan a la entidad y la sociedad.

Igualmente, se debe reflejar la contribución social de la empresa como institución y servirá para gestionar, rentabilizar y comunicar eficazmente todos los esfuerzos de la empresa encaminados a conseguir una sociedad mejor.

²CARDOSO BRUM, Miriam, Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Problemas, actitudes y actores relevantes, en "Administración y Organizaciones", (México, 2010), págs. 50- 51.

³ Revista-sinergia.com.ar

Se trata de asumir por escrito, en un código de conducta, los compromisos que van a adoptar los grupos de interés con quienes los van a consensuar y las acciones concretas que llevarán a efecto.

Para que el plan de RSC obtenga el éxito deseado, los directivos de la empresa tienen que estar sensibilizados con el proyecto y apoyarlo en su totalidad y a todos los niveles, involucrándose absolutamente en cuanto a ejercitar funciones de representación de la compañía y fomentar las políticas de RSE de la empresa.

2) Elaboración coordinada y minuciosa del balance social o *Triple Bottom Line (People, profit and planet)*.

3) Incluidos en el Plan de RSC de la empresa, además del Balance Social como texto más importante, también es importante diseñar anualmente otros documentos mas sencillos y específicos:

Plan de Acción Social: documento que recoge todas las acciones e iniciativas estrictamente sociales y de ayuda solidaria, tanto internas como externas, que la empresa se dispone a ejecutar.

En dicho plan se detallan pormenorizadamente todos los aspectos de los proyectos que se van a desarrollar.

En el Balance Social se hace referencia a los mencionados proyectos, pero el presente documento realiza una exposición muchísimo más amplia del contenido y particularidades de los mismos de manera actualizada y anual.

Plan corporativo de voluntariado: documento exclusivamente interno que afecta únicamente al capital humano de la empresa, es decir a los empleados.

Se diseñan a través del mencionado plan todas las acciones sociales en las que formen parte activa los miembros del equipo humano de la empresa. Se trata de fomentar los proyectos sociales llevados a cabo por los empleados de una empresa, de modo que se impliquen en ellos de manera participativa.

Con este tipo de programas se consigue incrementar la motivación y el desarrollo de los empleados de la empresa,

promocionar la cultura corporativa, potencia los valores sociales de la compañía, integrar al capital humano de la empresa, mejora el clima laboral y, por último, desarrollar el sentimiento de pertenencia a la compañía. Estos proyectos son programas sociales con un fin solidario y de ayuda que, paralelamente, potencian y perfeccionan habilidades directivas y competencias de gestión en los participantes, tales como trabajo en equipo, toma de decisiones, mejora de la comunicación, gestión de proyectos, planificación estratégica, trabajo por objetivos y fomento de las relaciones personales e interprofesionales.

Los códigos de conducta: las empresas recurren a la redacción de códigos de conducta para definir el comportamiento que se espera del personal de la empresa en relación que ellos establecen con los clientes, los proveedores, las instituciones públicas, o con las empresas mismas.

Los códigos de conducta permiten una buena implementación de la RSC.

Sin embargo, para que sean realmente eficaces, es imprescindible acompañarlos de los siguientes mecanismos:

I. Precisa redacción del código para abarcar todo tipo de situaciones que se puedan presentar. La incorporación del personal en el trabajo de redacción del código puede garantizar mejor eficiencia. Es necesario que el código de conducta este redactado en idioma local.

II. Distribución del código a todo el personal, los accionistas, los proveedores, los clientes y el acceso al público (a través de su inserción en Internet)

III. Establecer responsabilidades del *senior management* para el cumplimiento del código.

IV. Incorporación de las obligaciones del código en los contratos de trabajo.

V. Capacitación continua del personal a través de seminarios, videos, CD's, etc., de manera de crear una cultura empresarial.

VI. Posibilidad de obtener respuestas cuando surge una duda sobre una práctica (a través de la posibilidad de informar al departamento jurídico, al departamento de recursos humanos o a una línea de teléfono de la compañía).

VII. Posibilidad de denunciar de manera anónima las infracciones al código.

VIII. El establecimiento de sanciones (por ejemplo, multa, suspensión, despido, proceso penal)

IX. Procedimiento de revisión y adaptación del código.

Marketing responsable: comunica a la sociedad los valores corporativo, la cultura, la gestión del capital social, del perfil humano y organizacional que pretende transmitir una compañía, así como las actuaciones a favor del desarrollo sostenible que realiza; es un proceso que precisa recabar toda la atención posible.

La sociedad, en general, percibe como mejores aquellas empresas que se preocupan por los sectores desprotegidos de la sociedad, invierten en acción social, mejoran el entorno medioambiental, ponen en práctica políticas de buen gobierno, etc., y además, el consumidor particular o “potencial cliente” valora, cada vez más, en su intención de compra o elección de producto, las inquietudes sociales y compromisos solidarios de las empresas en las cuales invierte.

6- Requisitos para la implementación del Balance Social

- Convicción

Es primordial que la dirección de la empresa comprenda que la actividad económica de la empresa impacta en el medio ambiente y en el entorno social; que la transparencia y que la información veraz, coherente, relevante, clara, periódica y comparable, contribuyen a la rentabilidad de la empresa y a una productiva relación con sus públicos

internos y externos; y que esta comprensión, que no puede resultar de la imposición fiscal, sindical, gubernamental o de grupos de presión, sea compartida por la organización.

- Definición de políticas institucionales

El enfoque filosófico social mencionado se debe reflejar en las políticas institucionales y en la operatoria día a día de la compañía. Es decir, es sus acciones, que son los insumos para la elaboración del reporte social.

- Creación de un equipo de trabajo

Es preciso integrar un equipo abocado a la producción de los reportes sociales, preferentemente integrado por la dirección de la empresa y por representantes de las distintas áreas.

- Adopción de un instrumento metodológico

Existen varios modelos , entre los cuales pueden citarse el *Global Reporting Initiative* (GRI), la Guía de Acción Empresarial de Chile (www.accionempresarial.cl), la guía del instituto Ethos de Brasil (www.ethos.org.br) , la del Instituto Brasileiro de Análisis Social y Económico Ibase (www.ibase.org.br)

- Adopción de un sistema de información

Se debe implementar un sistema de recolección de información y de evaluación de resultados, que resulta fundamental para la credibilidad de los reportes sociales.

- Presentación de los resultados

Es primordial la claridad y periodicidad de las presentaciones. Debe tenerse en consideración que los balances sociales llegaran a diversos públicos, por lo cual la información debe ser presentada en forma apropiada.

- Observaciones a la implementación del Balance Social

1) Si bien el Balance Social implica un nuevo paso en la concepción de la empresa, con frecuencia pasa a ser una cuestión de los trabajadores y propietarios-directivos.

De hecho, aun hoy, se escucha hablar del sector social para referirse al conjunto de trabajadores y del sector económico para referirse a los empresarios.

Con frecuencia no entran en consideración los aspectos éticos, medioambientales, ni tampoco los que representan la inserción del ente en la comunidad. Estos sectores involucrados no son incluidos como aspectos sociales, en particular en la redacción de las normas legales.

2) En la implementación actual de Balance Social, se observa una clara confusión entre lo público y lo estatal. Para muchas empresas, el Estado es el único interesado en lo que tenga que ver con el interés general. La empresa, desde este punto de vista, debe respetar el marco legal y, a lo sumo, presentar un balance social con el desglose de lo invertido en asuntos sociales, y el balance queda frecuentemente reducido a una mera explicación del cumplimiento legal.

3) Ante la ausencia de una reglamentación gubernamental en la materia y la insuficiencia de incentivos para hacerlo en forma voluntaria, se destaca el papel desempeñado por fundaciones y asociaciones civiles, que buscan convencer a un mayor número de empresarios de la necesidad ética o la conveniencia de asumir su responsabilidad social.

4) Hay muy poca investigación rigurosa, incluso en Europa, por lo que habría que iniciar con el estudio de los casos de prácticas exitosas y también de las fallidas, y avanzar en su análisis comparativo.

La tendencia gubernamental a focalizar sus acciones en la lucha contra la extrema pobreza, con el correspondiente debilitamiento de los programas de bienestar dirigidos a otros grupos social, muestra la necesidad de que las empresas asuman su responsabilidad en el campo social en proporción al creciente espacio que el mercado ha ido ganando al gobierno.

Para ello es conveniente que la sociedad civil continúe presionando, convenciendo, evaluando y premiando los esfuerzos de las organizaciones que resultan pioneras en el tema, y sobre todo, que los gobiernos regulen en forma más efectiva sus obligaciones y apoyen fiscalmente sus respuestas.

CAPITULO III

RT N°36 – NORMAS CONTABLES PROFESIONALES: BALANCE SOCIAL

SUMARIO: 1- Introducción; 2- Modelo; 3- Balance Social; 4-
Aplicación de las normas GRI

1- Introducción

Uno de los objetivos es demostrar la forma en la que contribuye a la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global.

El Balance Social debe tratar de presentar el desempeño en relación con concepciones más amplias de la sustentabilidad, es decir analizar el desempeño de la organización en el contexto de los límites, y las exigencias impuestas sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local regional o mundial.

Existen diferentes metodologías para elaborar el balance social, OAIAT, Eurostat, Ethos-IARSE, GRI, etc.; pero actualmente se registra la tendencia hacia la aceptación del trabajo que viene desarrollando el Global Reporting Initiative (GRI), cuya misión es desarrollar lineamientos metodológicos comunes para que las

empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales puedan informar sobre su desempeño económico, ambiental y social.

Para la preparación del Balance Social esta resolución se basa en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

a. OBJETIVO

El objetivo de esta resolución técnica es establecer criterios para la preparación y presentación del Balance Social.

b. NIVELES DE APLICACIÓN DE LA GUIA GRI.

La entidad incluirá en el Balance Social la indicación de en qué medida o nivel se ha aplicado el Marco de elaboración de memorias del GRI

La matriz de los niveles de aplicación del GRI debe ser incluida en el Balance Social para mostrar qué nivel se ha declarado y quien ha hecho la evaluación. Existen tres niveles de aplicación. Los tres niveles reciben las calificaciones C, B y A.

c. ALCANCE

Las normas contenidas en esta resolución técnica se aplican a la preparación del balance social cuando la organización haya optado por su elaboración, a ser presentados a terceros por todo tipo de ente (público, privado o mixto) con o sin ánimo de lucro.

Hasta tanto se emitan las normas específicas para la elaboración del balance social de determinados entes la aplicación de esta resolución técnica será de carácter optativo.

2- Modelo

El modelo de Estado de Valor Económico Generado y Distribuido, es un ejemplo utilizable para la preparación del Balance Social.

Tabla 1.1: Modelo EVGyD

DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
1 – INGRESOS		
1.1 Ventas de mercaderías, productos y servicios		
1.2 Otros ingresos		
1.3 Ingresos relativos a construcción de activos propios		
1.4 – Previsión para desvalorización de créditos		
2 – INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEROS		
2.1 – Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos.		
2.2 – Materiales, energía, servicios de terceros y otros		
2.3 - Pérdida/recupero de valores activos		
2.4 – Otras (especificar)		
3 - VALOR ECONÓMICO GENERADO BRUTO (1-2)		
4 – DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN		
5 – VALOR ECONÓMICO GENERADO NETO PRODUCIDO POR LA ENTIDAD (3 – 4)		
6- VALOR ECONÓMICO GENERADO RECIBIDO EN TRANSFERENCIA		
6.1 – Resultado participación en subsidiarias		
6.2 – Ingresos financieros		
6.3 – Otras.		
7 – VALOR ECONÓMICO GENERADO TOTAL A DISTRIBUIR (5 + 6)		

Tabla 1.2: Modelo EVGyD

DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
8 – DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO GENERADO²		
8.1 Personal		
8.1.1 Remuneración directa		
8.1.2 Beneficios		
8.1.3 Otros		
8.2. Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo		
8.2.1. Función técnica / administrativa		
8.2.2. Otras		
8.3. Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)		
8.3.1 Nacionales		
8.3.2 Provinciales		
8.3.3 Municipales		
8.4. Retribución al capital de terceros		
8.4.1 Intereses		
8.4.2 Rentas		
8.4.3 Otras		
8.5. Retribución a los propietarios		
8.5.1 – Resultados no distribuidos		
8.5.2 - Participación de no controlantes en ganancias retenidas (solo para consolidación)		
8.5. Otras		

Fuente: Resolución Técnica 36

Evolución del EVEGyD correspondiente a los propietarios
 Valor económico generado retenido (incluye reservas) al
 inicio.

Valor económico generado durante el ejercicio (8.5)

Dividendos asignados

Valor generado retenido en la empresa.

3- Balance Social

1. Concepto:

El Balance social es 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.

2. Estructura:

El Balance social incluye:

- 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 GRI.
- Estado de Valor Económico y Distribuido (EVEGyD).

3. Presentación:

El Balance Social se podrá presentar en forma conjunta con los Estados Contables del ente, o por separado haciendo referencia, en el Balance Social a dichos Estados Contables.

ESTADO DE VALOR ECONOMICO Y DISTRIBUIDO.

- Valor económico generado es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide por la diferencia entre el valor de ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio

- Se diferencia del beneficio empresarial ya que este se refiere a la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado

- El EVEGyD busca presentar la parte en que contribuyen las entidades en la formación del PBI.

- El EVEGyD es un estado económico financiero, histórico, que muestra el valor económico de una organización y simultáneamente como se distribuye.

- El objetivo del EVEGyD propuesto como uno de los componentes del Balance Social, es evidenciar el valor económico generado por la entidad y su distribución, durante un periodo determinado.

- El ente debe preparar el EVEGyD y presentarlo como parte integrante del Balance Social.

- La presentación del EVEGyD consolidado deberá basarse en los Estados Contables Consolidados.

- La distribución del valor económico generado deberá ser expuesta, como mínimo, en:

- Remuneraciones al personal
- Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo
- Al Estado (impuestos, tasas y contribuciones)
- Retribuciones al capital de terceros
- Retribuciones a los propietarios
- Ganancias Retenidas
- Otras.

- El EVEGyD debe presentar en su primera parte, en forma detallada, el valor económico generado por la entidad.

- En su segunda parte los insumos adquiridos a terceros, se incluyen acá todo lo referido a materias primas, servicios y bienes de cambio adquiridos a terceros, materiales, energía eléctrica, etc., no incluye el impuesto al valor agregado.

- Luego presenta las Perdidas y recuperaciones de valores de activos, incluyendo importe relativo a ajustes por valuación de bienes de cambio, bienes de uso, inversiones y otros.

- A continuación se detallan las amortizaciones y depreciaciones del periodo.

- Por último el Valor agregado recibido de trasferencias, lo que incluye el resultado de participaciones en subsidiarias, los ingresos financieros y otros ingresos.

- El EVEGyD, debe presentarse en manera detallada como se distribuyó el valor económico generado. Los principales componentes son:

- Remuneraciones al personal, ya sea tanto al directa como los beneficios que se les otorga al personal.

- Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo.

- Al estado (impuestos, tasas y contribuciones)

- Retribuciones al capital de terceros.

- Retribuciones a los propietarios: incluyen dividendos y ganancias retenidas.

- Otras.

4. INDICADORES

Los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos y cuantitativos, que son no financieros, o en otras palabras, indicadores del triple resultado, económico, social y ambiental.

El hecho de definir y medir los indicadores puede ser relativamente sencillo, como en el caso del consumo de agua. Pero puede ser también muy difícil, como por ejemplo cuando se intenta medir el impacto de la empresa en la biodiversidad local. Por eso, los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

(1) Fiabilidad

Una medida es fiable si ofrece la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. No obstante, al considerar medidas no financieras, esto puede ser difícil de lograr. Un método aplicado a menudo para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho, por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas.

(2) Comparabilidad

Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo. Este requisito permite, por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa, y también identificar asuntos clave de la RSE.

(3) Validez

Otro elemento fundamental es la validez de un indicador. La validez se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental.

La validez de un indicador depende además del contexto en el que se aplica. Por ejemplo, los indicadores del consumo de agua a menudo sólo informan en términos de metros cúbicos de agua usada. Sin embargo, no es lo mismo el uso de agua en regiones donde el agua es abundante que en aquellas regiones donde el agua es escasa. Respecto al tema de RSE, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos.

El concepto de validez en sí depende, en gran parte, de los valores de los grupos de interés, pero también de los valores de la sociedad y los percibidos en los medios de comunicación acerca de la

cuestión tratada. Son los grupos de interés afectados, o los que puedan afectar al proceder de la empresa, y, además, son ellos quienes serán los lectores e intérpretes de los indicadores. Para los grupos de interés, los indicadores pueden proporcionar información útil en su toma de decisiones. El hecho de medir puede ayudar a los directivos y a otras partes interesadas a asegurar que estén trabajando según los objetivos establecidos. En este sentido, los indicadores no financieros pueden ayudar a crear relaciones y activos de largo plazo, y promover así valor para los accionistas a largo plazo. Para los clientes, las comunidades, los reguladores y los empleados, estos indicadores ayudan a valorar los resultados sociales y ambientales de la organización.

4- Aplicación de las Normas GRI

Niveles de aplicación del GRI

Una vez concluida la memoria, los encargados de su preparación deben indicar en qué medida o nivel han aplicado el Marco de elaboración de memorias del GRI a través del sistema de “niveles de aplicación del GRI”.

Existen tres niveles de aplicación que permiten cumplir las necesidades de las organizaciones informantes, ya sean principiantes, expertos o se encuentren a medio camino entre ambos. Los tres niveles reciben las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles ponen de manifiesto una aplicación o cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI.

Asimismo, una organización podrá añadir a estas calificaciones un “plus” (+) en cada nivel (p. ej. C+, B+, A+), en el caso de que se haya utilizado verificación externa

Parte 1: Definición del Contenido de la memoria, Cobertura y Calidad

En la parte 1 se describen tres elementos fundamentales del proceso de la elaboración de memorias. Para ayudar a determinar qué se debe incluir en la memoria, este apartado aborda los Principios de elaboración de memorias relativos a la materialidad, la participación de

los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y la exhaustividad, junto con una serie de comprobaciones para cada principio. La aplicación de estos Principios y las Contenidos básicos determina los asuntos y los Indicadores sobre los que se ha de informar. Asimismo se incluyen los Principios de equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, fiabilidad y claridad, así como las comprobaciones que pueden utilizarse para contribuir a que la información divulgada tenga la calidad deseada.

Este apartado concluye con una serie de indicaciones para que las organizaciones informantes puedan definir el rango⁴ de entidades que deben estar representadas en la memoria (también denominado “cobertura de la memoria”)

Parte 2: Contenidos básicos

La parte 2 presenta los Contenidos básicos que han de incluirse en las memorias de sostenibilidad. La Guía presenta la información que resulta relevante y material para la mayoría de las organizaciones y grupos de interés, bajo tres tipos de Contenidos básicos:

- Perfil: Información que define el contexto general y permite comprender el desempeño de la organización, entre otros a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo.
- Enfoque de la dirección: información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta.
- Indicadores de desempeño: indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

⁴ N.T. se refiere a las organizaciones, entidades, empresas, etc., que en función de la influencia que la organización informante tenga sobre ellas, deberán estar incluidas en la Memoria.

Perfil

1. Estrategia y análisis

El objetivo de este apartado es proporcionar una visión estratégica de alto nivel de la organización con respecto a la sostenibilidad, a fin de proporcionar un contexto para la información más detallada y elaborada sobre otros apartados de la Guía.

La estrategia y análisis deberán contar con:

1.1 - Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia

1.2 - Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.

2. Perfil de la organización

- a) Nombre de la organización.
- b) Principales marcas, productos y/o servicios.
- c) Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).
- d) Localización de la sede principal de la organización.
- e) Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.
- f) Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.
- g) Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).
- h) Dimensiones de la organización informante.
- i) Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos:
- j) Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.

3. Parámetros de la memoria

Perfil de la memoria

- a) Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).
- b) Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).
- c) Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).
- d) Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Gobierno

- a) La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.

Compromisos con iniciativas externas

- b) Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. Una respuesta al apartado podrá incluir el enfoque de la organización en materia de gestión de riesgos en relación con la planificación operativa o el desarrollo y la introducción de nuevos productos.

- c) Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.

- d) Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.

Participación de los grupos de interés

- e) La siguiente sección hace referencia a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el periodo que cubre la memoria. Dicha información no se limita a la inclusión de grupos de interés para la elaboración de la memoria de sostenibilidad.

Ejemplos de grupos de interés son:

- Comunidades
- Sociedad civil
- Clientes
- Accionistas y proveedores de capital
- Proveedores
- Empleados, otros trabajadores, y sus sindicatos

5. Enfoque de gestión e Indicadores de desempeño

La sección que aborda los indicadores de desempeño en sostenibilidad se organiza en las siguientes dimensiones: económica, medioambiental y social. Los indicadores de la categoría social se dividen a su vez en: aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos. Cada categoría consta de una “Información sobre el enfoque de la dirección” (también llamado ‘Enfoque de la dirección’) y su correspondiente conjunto de indicadores de desempeño principales y adicionales.

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. Los Indicadores económicos ilustran:

- El flujo de capital entre las 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.

Información sobre el enfoque de gestión

Proporciona una concisa exposición sobre el Enfoque de gestión con respecto a los siguientes aspectos económicos:

- Desempeño económico
- Presencia en el mercado
- Impacto económico indirecto

Objetivos y desempeño

Objetivos del conjunto de la organización con respecto al desempeño relativo a los Aspectos Económicos.

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.

Información sobre el enfoque de gestión

En este apartado debe incluirse una exposición concisa de cada uno de los elementos del Enfoque de la Dirección, en relación con los siguientes Aspectos ambientales:

- Materiales
- Energía
- Agua
- Biodiversidad
- Emisiones, vertidos y residuos
- Productos y servicios
- Cumplimiento normativo
- Transporte
- Aspectos generales

Objetivos y desempeño

Enumérense los objetivos de toda la organización en relación con el desempeño relativo a los aspectos ambientales.

Formación y sensibilización

Especificar los procedimientos relacionados con la formación y la sensibilización relativos a Aspectos ambientales.

Tabla 2.1: Listado de Indicadores normas GRI

Aspecto	
Materiales	EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen. EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.
Energía	EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.
Agua	EN8 Captación total de agua por fuentes. EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.

Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad - GRI 3.1: 2000 - 2011

Tabla 2.2: Listado de Indicadores normas GRI

Aspecto	
Biodiversidad	EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. EN13 Hábitats protegidos o restaurados. EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.

Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad - GRI 3.1: 2000 - 2011

Tabla 2.3 Listado de Indicadores normas GRI

Aspecto	
Emisiones, vertidos y residuos	EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.

Tabla 2.4: Listado de Indicadores normas GRI

Aspecto	
Productos y servicios	EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.
Cumplimiento normativo	EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
Transporte	EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.
General	EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad - GRI 3.1: 2000 - 2011

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.

Prácticas laborales y ética del trabajo

Los Aspectos específicos que conforman la categoría de Prácticas Laborales se fundamentan en normas reconocidas en todo el mundo, entre las que se incluyen:

- La Declaración Universal sobre los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y sus Protocolos;
- La Convención de las Naciones Unidas: Convenio Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos;
- La Convención de las Naciones Unidas: Convenio Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales;
- Declaración de la OIT sobre Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo de 1998 (en concreto, las ocho convenciones principales de la OIT); y
- Declaración de Viena y Programa de Acción

Derechos Humanos

Los Indicadores de desempeño de Derechos Humanos exigen que la organización informe acerca de en qué medida se tienen en consideración los impactos en los derechos humanos a la hora de realizar inversiones y seleccionar proveedores/contratistas. Además, en materia de derechos humanos, los indicadores cubren la no discriminación, la libertad de asociación, la explotación infantil, los derechos de los indígenas y los trabajos forzados.

Sociedad

Los indicadores de desempeño social centran su atención en los impactos que las organizaciones tienen en las comunidades en las que operan y aclaran cómo se gestionan los riesgos que pueden aparecer a partir de sus interacciones con otras instituciones sociales. En concreto, se busca información sobre los riesgos de soborno y corrupción, influencia indebida en la toma de decisiones de política pública y prácticas de monopolio.

Responsabilidad sobre productos

Los Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos abordan aquellos aspectos de los productos y servicios de una organización informante que afectan directamente a los consumidores, como la salud y seguridad, la información y el etiquetado, o el marketing y la protección de datos.

Estos aspectos se cubren principalmente mediante la información sobre los procedimientos internos y la medida en que dichos procedimientos se cumplen.

En este apartado debe incluirse una exposición concisa de cada uno de los elementos del Enfoque de la dirección sobre siguientes aspectos relacionados con la responsabilidad sobre productos:

- Salud y Seguridad del Cliente
- Etiquetado de Productos y Servicios
- Comunicaciones de Marketing
- Privacidad del Cliente
- Cumplimiento normativo

Observaciones generales con respecto a la información a incluir

Recopilación de datos:

- Evaluación de viabilidad: Los procesos para determinar el contenido darán lugar a un conjunto de aspectos e indicadores sobre los que la organización deberá informar. No obstante, aspectos tales como la disponibilidad de los datos, el coste de recopilarlos, la confidencialidad o fiabilidad de la información, la privacidad u otros asuntos legales, pueden tener como resultado la decisión legítima de no revelar cierta información. En caso de que se omita información material por tales razones, el informe deberá indicarlo claramente y explicar los motivos.

Formato y frecuencia de la memoria:

- Definición de memoria de sostenibilidad: Una memoria de sostenibilidad hace referencia a la presentación, en un único

documento, de información consolidada que proporciona una representación razonable y equilibrada del desempeño de una organización durante un periodo determinado. Los grupos de interés deberán poder acceder directamente a toda la información de la memoria desde una única ubicación. Por ejemplo, desde un índice de contenidos GRI. No se deberá hacer referencia a otras publicaciones como fuente de información de un elemento de una Sección Estándar del GRI (p. ej., un indicador del desempeño) a menos que se divulguen los medios por los que los grupos de interés puedan acceder directamente a la información (p. ej. un enlace a una página web específica o el número de la página de la publicación correspondiente). No existe una extensión mínima para que una memoria pueda utilizar el marco del GRI, siempre que la organización haya aplicado de manera adecuada la Guía y el Marco GRI que ha decidido utilizar.

- Medios de publicación de la memoria: Los medios recomendados para la divulgación de la memoria son soportes electrónicos (p. ej., CD-ROM) via web o en papel. Las organizaciones podrán optar por utilizar una combinación de soportes (web y papel) o usar sólo uno de ellos. Por ejemplo, una organización puede optar por publicar una memoria detallada en su sitio web y, al mismo tiempo, facilitar un resumen ejecutivo que incluya su estrategia, análisis e información sobre el desempeño en soporte papel.

- Frecuencia de presentación de la memoria: Las organizaciones deberán definir un ciclo periódico y uniforme para la publicación de memorias. Para muchas de las organizaciones dicho ciclo será de un año, aunque algunas organizaciones podrían elaborar memorias cada dos años. Una organización podría decidirse por actualizar la información con regularidad con arreglo a los intervalos de publicación de los estados financieros. La presentación de memorias o informes relativos al desempeño social, medioambiental y económico podría coincidir o integrarse con otro tipo de información de la organización, como puedan ser los estados financieros anuales. Este

tipo de sincronización reforzará los vínculos entre el rendimiento financiero y el desempeño económico, medioambiental y social.

- Actualización del contenido de la memoria: A la hora de confeccionar una nueva memoria, una organización puede identificar áreas de información que no han cambiado desde la publicación de la anterior (p. ej. una política que no haya sido modificada). La organización puede optar únicamente por actualizar los asuntos e Indicadores que hayan cambiado y volver a publicar la Información que no haya cambiado.

Verificación

- Decisiones acerca de la verificación: Las organizaciones utilizan diversos enfoques para mejorar la credibilidad de sus memorias. Las organizaciones pueden contar con sistemas de control interno, incluidas funciones de auditoría interna, como parte de sus procesos para gestionar y divulgar la información. Estos sistemas internos son importantes para la integridad y credibilidad generales de una memoria. Sin embargo, GRI recomienda, además del uso de los recursos internos, recurrir a la verificación externa de las memorias de sostenibilidad.

CAPITULO IV:

BALANCE SOCIAL 2012 COLEGIO DE
GRADUADOS EN CIENCIAS ECONÓMICAS DE
TUCUMÁN

SUMARIO: 1- Objetivo del Trabajo; 2- Trabajo Práctico:
Desarrollo del Balance Social del CGCET 2012; 3-
Beneficios del Balance Social

1- Objetivo del trabajo

Ante la aprobación de la NORMA TÉCNICA PROFESIONAL emanada de la FACPCE, RT36/2012 nuestro propósito fue estudiarla e implementarla en alguna organización cercana de nuestra vida cotidiana y en particular en una institución sin fines de lucro como lo es el Colegio de Graduados de Ciencias Económicas de Tucumán, lo cual nos llevaría a realizar un análisis más puro y genuino ya que la utilidad de este tipo de entidad se mide por la efectividad y eficiencia de los servicios prestados a sus asociados más que por los resultados financieros de sus Ejercicios Económicos, por ello se complementarán las mediciones que desde lo financiero brindan los Estados Contables tradicionales con las presentes mediciones para evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social y ambiental del Colegio a través del Balance Social.-

2- Aplicación Práctica: Balance Social del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán, año 2012

El Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán, una entidad sin fines de lucro, muestra sus resultados económicos y financieros mediante Estados Contables confeccionados de acuerdo con las normas profesionales vigentes y desde hace un tiempo refleja el grado de cumplimiento de sus objetivos sociales a través de la herramienta del Balance Social.-

Sus presentaciones comenzaron en el ejercicio económico 2003, continuaron en el 2004, 2006, 2007 y 2008 interrumpiendo sus exposiciones por razones internas hasta el año 2012, ofreciéndonos la propuesta de ser parte en la realización del mismo teniendo en cuenta la recientemente aprobada R.T. 36 para ser aplicada a ese ejercicio bajo análisis.

La R.T. 36 establece criterios para la preparación y presentación del Balance, en la cual hace referencia de que existen diversos modelos metodológicos para elaborarlo pero se acepta la Guía G.R.I.. En la misma nos indica las pautas de como confeccionar la memoria de sustentabilidad, establece la exposición del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGYD), el cual muestra el valor económico generado por la Entidad y simultáneamente revela como se distribuye entre los diversos grupos sociales que han contribuido a su creación. Éste se confeccionó a partir del Estado de Recursos y Gastos del Ejercicio 2012.

Por último nos muestra los Indicadores de Desempeño, para lograr clasificar en uno de los Niveles de Aplicación de las mencionadas Guías. Teniendo en cuenta las características mismas de esta Organización, se utilizaron entre otros, los siguientes indicadores de desempeño: E.C.1- E.C.1.2.2c- E.C.3- L.A.1- L.A.2- L.A.3- L.A.4- L.A.6- L.A.10- L.A.13- L.A.14- P.R1- P.R.5 Adic- E.N.3- S.O.1- S.O.4- S.O.5, logrando con ello obtener un Nivel “C” con una aproximación progresiva a lo largo del tiempo que incluya una auditoría o verificación externa. Se

han tenido en cuenta todos los criterios correspondientes al nivel alcanzado e incluso incorporado información sobre el Enfoque de la Gestión que en esta categoría no es necesaria pero fue realizada con vista a una futura progresión en la elaboración de Balances Sociales.

En nuestro trabajo continuamos con algunos indicadores propios que se venían utilizando en el CGCE y complementándolo, más bien adaptándolo con las nuevas exigencias de esta resolución aprobada.-

Debemos mencionar que nos enfrentamos a la falta de información y problemas para encontrar ciertos datos que nos impidieron llegar a tener un informe completo contemplando las exigencias establecidas. Si bien a los efectos de una mejor visualización de la evolución de los indicadores, éstos se deben presentar en forma comparativa con uno o más ejercicios anteriores; por lo antes expuesto no mostraremos comparativos con los años preliminares que no se analizaron ni se presentaron Balances Sociales.-

A. PERFIL DEL COLEGIO DE GRADUADOS EN CIENCIAS ECONÓMICAS DE TUCUMÁN

ORIGEN DE LA ENTIDAD. ESTRATEGIA.(1.1)

El 10/03/1969 el Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán (CGCET) se constituye como resultado de la absorción del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Tucumán por el Colegio de Contadores Públicos Nacionales de Tucumán (creado por Dto. N° 116 del 24/01/1923); con lo cual se unificaron las funciones de ambas Instituciones en una sola Entidad, ejerciendo la función deontológica de salvaguardia, progreso y jerarquización de la profesión, y la gremial de defensa y representación de los profesionales. Cabe aclarar que esta doble función reunida en una misma Institución sólo está presente en este Colegio, dado que en el resto del país son ejercidas por organizaciones diferentes (Consejos y Colegios).

VISIÓN:

Ser una asociación reconocida por su excelencia, compromiso social y los altos valores a los que adhieren los matriculados que se incorporan a ella. El foco es la capacitación continua para que los profesionales brinden soluciones integrales y efectivas en sus encomiendas de labor.

El CGCET quiere con su accionar trascender en el tiempo, generar un elevado sentido de orgullo por pertenecer, propendiendo al desarrollo de una cultura de bienestar individual y social.

MISIÓN:

La misión del CGCET es brindar en forma proactiva excelencia en servicios para los profesionales matriculados. Que dichos servicios tengan alto valor agregado, sean confiables y estén diseñados a la medida del tiempo en que les toque ejercer a los graduados.

Debido a que la incumbencia profesional requiere un conocimiento amplio y se desarrolla en cuestiones de alta complejidad, el desafío es integrar a las personas para que actúen en temas interdisciplinarios sobre la base de una relación afirmada en la confianza y el compromiso, generando valor sostenible y opinión calificada que se exprese en una participación responsable y comprometida con la comunidad.

EJERCICIO PROFESIONAL.

En su función de Consejo Profesional: procede a la aplicación de las normas de leyes nacionales y provinciales y demás disposiciones atinentes al ejercicio profesional de los graduados en Ciencias Económicas; como así también vigila que se cumplan las mismas; crea y lleva las matriculas correspondientes y un registro actualizado con los antecedentes profesionales de los matriculados; certifica las firmas, legaliza los dictámenes y por último aconseja y dictamina acerca de la fijación de honorarios profesionales.

DEFENSA Y REPRESENTACIÓN PROFESIONAL.

En ejercicio de la defensa y representación profesional: preserva los legítimos intereses de los graduados en cuestiones relacionadas con la ley de aranceles profesionales; persigue y combate

a través de los medios legales aplicables el ejercicio irregular de la profesión y protege a los miembros del Colegio que en el ejercicio de su labor se vieren afectados en sus intereses y reputación sin causa fundada o por cualquier medida injusta.

ÉTICA Y FISCALIZACIÓN PROFESIONAL.

Respecto a la ética y fiscalización, el mismo formula y aplica los códigos de ética profesional; actúa ante faltas e inconductas cometidas por los profesionales en Ciencias Económicas matriculados que afecten al decoro del ejercicio profesional y ejerce el poder de policía o fiscalización.

GREMIAL Y ACCIÓN SOCIAL.

Sobre el ejercicio gremial y de acción social, siendo la misma el carácter distintivo entre la formación de un consejo o un colegio profesional, fomenta y mantiene el espíritu de unión, confraternidad y solidaridad entre los graduados; inicia y mantiene relaciones activas con todas las entidades de graduados en Ciencias Económicas como así también con las instituciones similares del país y del exterior.

ESTUDIOS, ASESORAMIENTO Y EXTENSIÓN TÉCNICO CIENTÍFICA.

En cuanto a los estudios, asesoramiento y extensión técnico – científica, organiza y mantiene una biblioteca especializada y brinda referencias bibliográficas además de propender la publicación de una revista técnica. Por medio de sus comisiones, sub comisiones y comisiones especiales de estudio atiende las consultas o pedidos de asesoramiento que formulen los profesionales matriculados, instituciones oficiales y entidades privadas que lo soliciten; estudia, analiza y emite opinión acerca de los asuntos de interés público de carácter técnico – científico; desarrolla la capacitación y actualización continua de sus matriculados.

ENFOQUE DE LA DIRECCIÓN.

El CGCET tiene establecido como objetivos fundamentales de su accionar social y ambiental:

- LOGRAR EXCELENCIA EN SERVICIOS BRINDADOS AL PROFESIONAL MATRICULADO.

- SOSTENER UNA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE EN LA COMUNIDAD.

- FOMENTAR EL CONOCIMIENTO Y DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE ENTRE LOS MATRICULADOS Y LA COMUNIDAD.

- DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES TENIENDO EN CUENTA MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL Y GENERAR ENTRE SUS MATRICULADOS LA CONCIENCIA POR EL RESPETO DEL MEDIO AMBIENTE.

Estos objetivos son medidos en su nivel de cumplimiento por el presente Balance Social y sus resultados serán comparados en el futuro a través de este mismo instrumento.

B. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COLEGIO DE GRADUADOS EN CIENCIAS ECONÓMICAS DE TUCUMÁN.(4.1 - 4.4)

En el CGCET, sus órganos de gobierno y fiscalización son:

- a- Las Asambleas
- b- El Consejo Directivo
- c- La Comisión Fiscalizadora.

a- Las primeras están integradas por socios activos del colegio, y son funciones de las mismas, actuar: a) Como cuerpo electoral, dando conformidad a lo prescripto para las elecciones y b) Como órgano deliberativo con carácter de Ordinarias o Extraordinarias y tienen las siguientes atribuciones:

- Establece y modifica la cuota de inscripción en la matrícula, y el derecho o cuota periódica por el ejercicio profesional.
- Sanciona o modifica el Estatuto del Colegio y las normas de Ética Profesional propuestas por el Consejo Directivo, como así también juzga la conducta de sus miembros.
- Autoriza todo acto de disposición o afectación real sobre los bienes inmuebles de la Entidad.

- Autoriza para que se contraten empréstitos o se soliciten créditos.

b- El Honorable Consejo Directivo, integrado por quince miembros, es el encargado del cumplimiento de los objetivos y de impulsar la evolución y perfeccionamiento de la Institución, además tiene la representación de la misma y las funciones y deberes indicados en las Leyes que reglamentan el ejercicio profesional y el estatuto del colegio. Las funciones del mismo son:

a- Convocar a asamblea, fijando el orden del día.

b- Expedir las certificaciones de inscripción en la matrícula y certificar la firma.

c- Crear y llevar las matriculas correspondientes que determinan las leyes vigentes.

d- Proponer al poder ejecutivo lo aranceles correspondientes a cada profesión

e- Velar por el cumplimiento de las normas legales y demás reglas atinentes al ejercicio profesional y aplicar las correcciones disciplinarias por violación al código de ética y la ley de aranceles.

f- Recaudar y administrar los recursos de la entidad.

g- Designar el personal necesario para el cumplimiento de los fines del colegio

h- Nombrar las comisiones Internas y externas

i- Presentar a la Asamblea Ordinaria, anualmente una Memoria, Balance General, Inventario y Cuadro de Resultados del Colegio, cerrado el día 31 de Diciembre y proponer presupuesto para el año siguiente.

j- Organizar conferencias, reuniones, congreso sobre temas profesionales

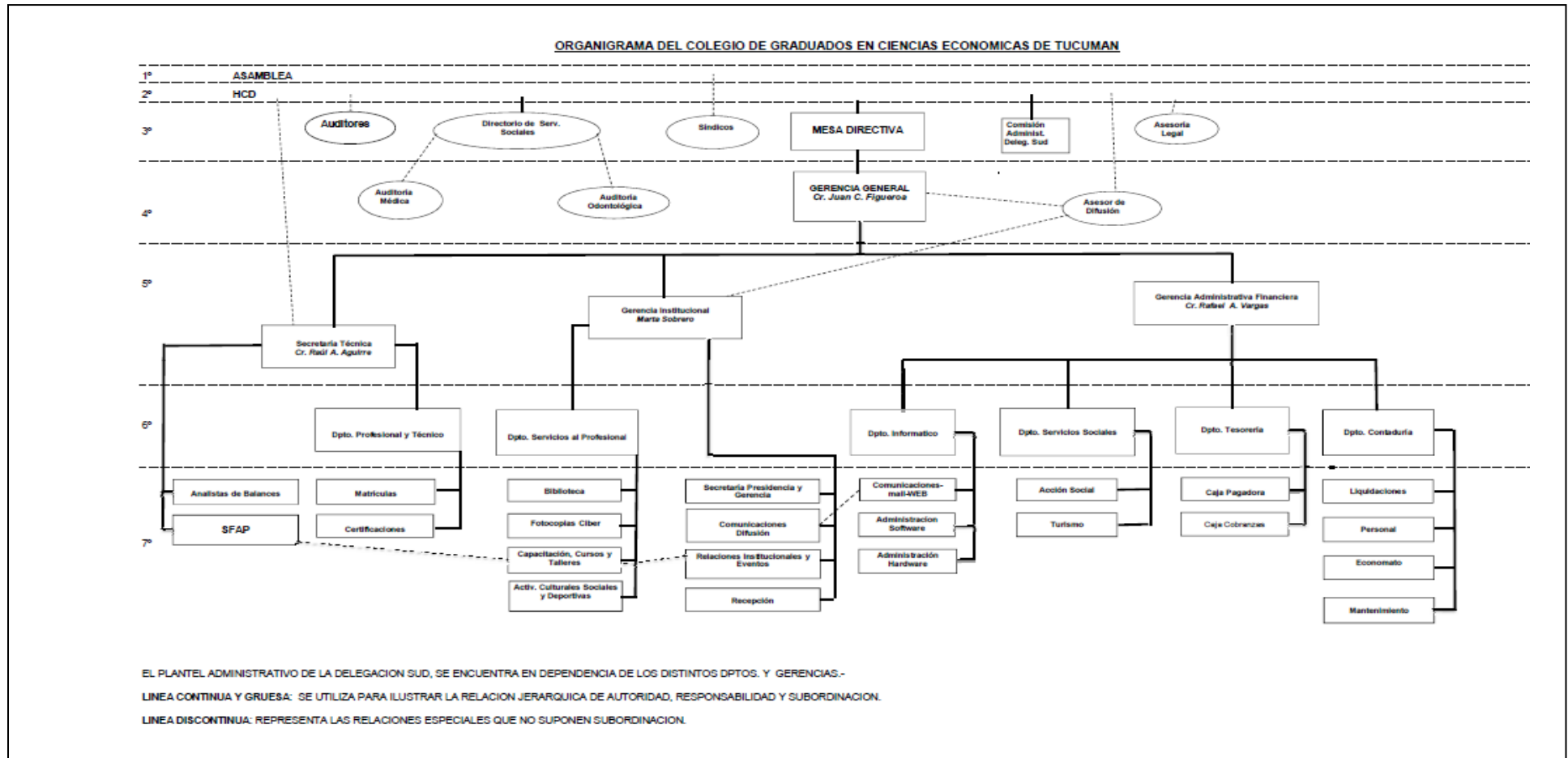
k- Resolver las consultas de los inscriptos y expedir los informes o estudios, que fueron pertinentes y que solicitaren dichas entidades públicas y privadas

Para representar a la entidad, el Honorable Consejo Directivo (HCD) designa a un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero, un prosecretario y un protesorerero.

Del HCD también dependen las comisiones permanentes, especiales y ad hoc, cuyo objeto es la delegación de las funciones necesarias para el cumplimiento de los fines del colegio.

c- La Comisión de Fiscalización, está compuesta por 3 síndicos titulares y 3 suplentes, que tiene como función examinar las tareas propias de este tipo de organismo y desempeñar las actividades de auditores, tanto en la administración central del colegio como en Delegación Sud.

Cuadro 1: Organigrama del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán



Fuente: Elaboración Administración CGCET 2012

C. INDICADORES DE DESEMPEÑO:

1. DIMENSIÓN ECONÓMICA:

Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (E.C.1)

Correspondiente al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2.012 (3.1)

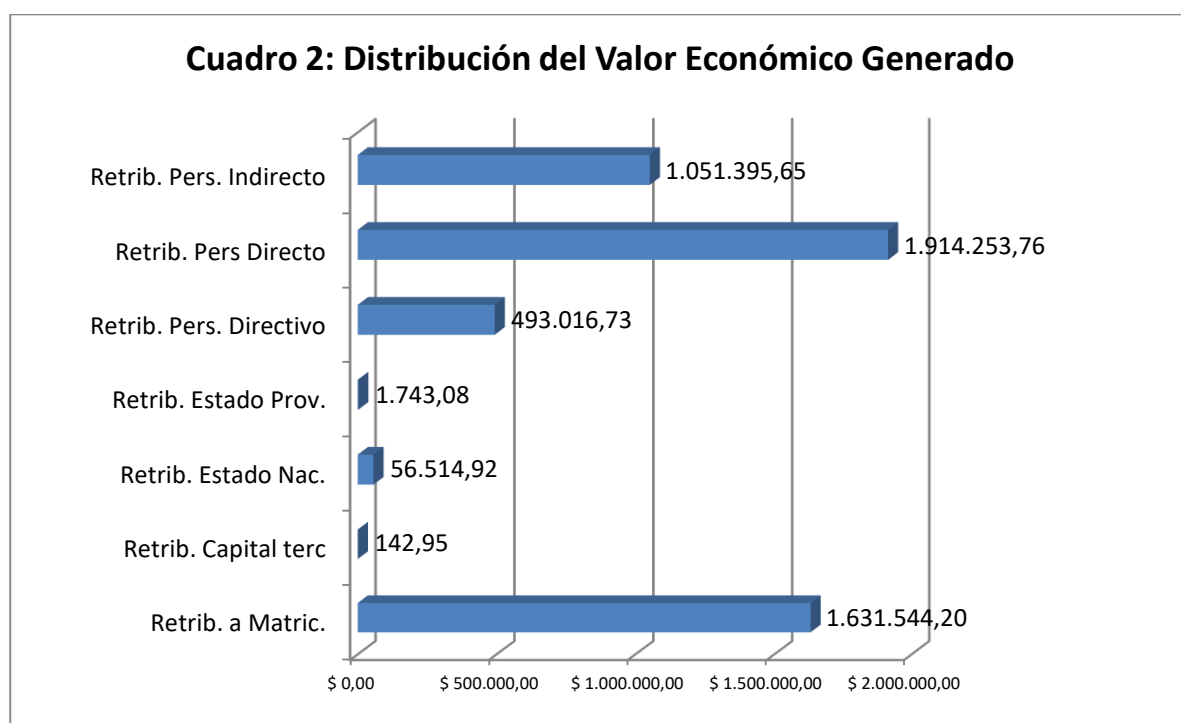
Tabla 3: EVEGyD CGCET 2012

DESCRIPCIÓN	EJERCICIO 2012
1- INGRESOS	
1.1 Ingresos por servicios	\$ 5.908.526,60
1.2 Otros Ingresos	\$ 1.004.217,49
1.3 Ingresos relativos a construcción de activos propios	
2- INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEROS	
2.1. Costo de los Servicios Prestados	\$ 620.623,81
2.2 Materiales, energía, servicios de terceros y otros	\$ 331.620,85
2.3 Pérdida (+)/Recupero de valores Activos (-)	-\$ 6.292,49
2.4 Otras: Gastos de administración	\$ 940.331,77
3-VALOR ECONÓMICO GENERADO BRUTO	\$ 5.026.460,15
4- DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN	\$ 153.156,52
5- VALOR ECONÓMICO GENERADO NETO PRODUCIDO POR LA ENTIDAD	\$ 4.873.303,63
6- VALOR ECONÓMICO GENERADO RECIBIDO EN TRANSFERENCIA	
6.1 Ingresos financieros	\$ 235.793,71
6.2 Otras: Ingresos Diversos	\$ 39.513,96
7- VALOR ECONÓMICO GENERADO TOTAL A DISTRIBUIR	\$ 5.148.611,30
8- DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO GENERADO	
8.1 Personal	
8.1.1.0 Remuneración por servicios directos	\$ 1.914.253,76
8.1.1.1 Remuneración por servicios indirectos	\$ 1.051.395,65
8.2 Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo	
8.2.1 Función técnica/administrativa	\$ 493.016,73
8.3 Estado(impuestos, tasas y contribuciones)	
8.3.1 Nacionales	\$ 56.514,92
8.3.2 Provinciales	\$ 1.743,08
8.3.3 Municipales	\$ 0,00
8.4 Retribuciones al capital de terceros	
8.4.1 Intereses	\$ 142,95
8.4.2 Rentas	
8.5 Retribución a los matriculados	
8.5.1. Resultados no distribuidos	\$ 135.791,86
8.5.2. Resultados Distribuidos	\$ 1.495.752,35
8.6 Otras: Desafectación de Reservas	
8-VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO TOTAL	\$ 5.148.611,30
Evolución del EVEGYD correspondiente a los matriculados	
Valor económico generado retenido(incluye reservas)al inicio	\$ 918.704,98
Valor económico generado durante el ejercicio(8.5)	\$ 1.631.544,21
Valor económico Generado por Desafectación de Reservas	\$ 7.745,64
Valor económico Distribuido durante el ejercicio	-\$ 1.495.752,35
Valor Generado Reservado en el CGCET	\$ 1.062.242,48

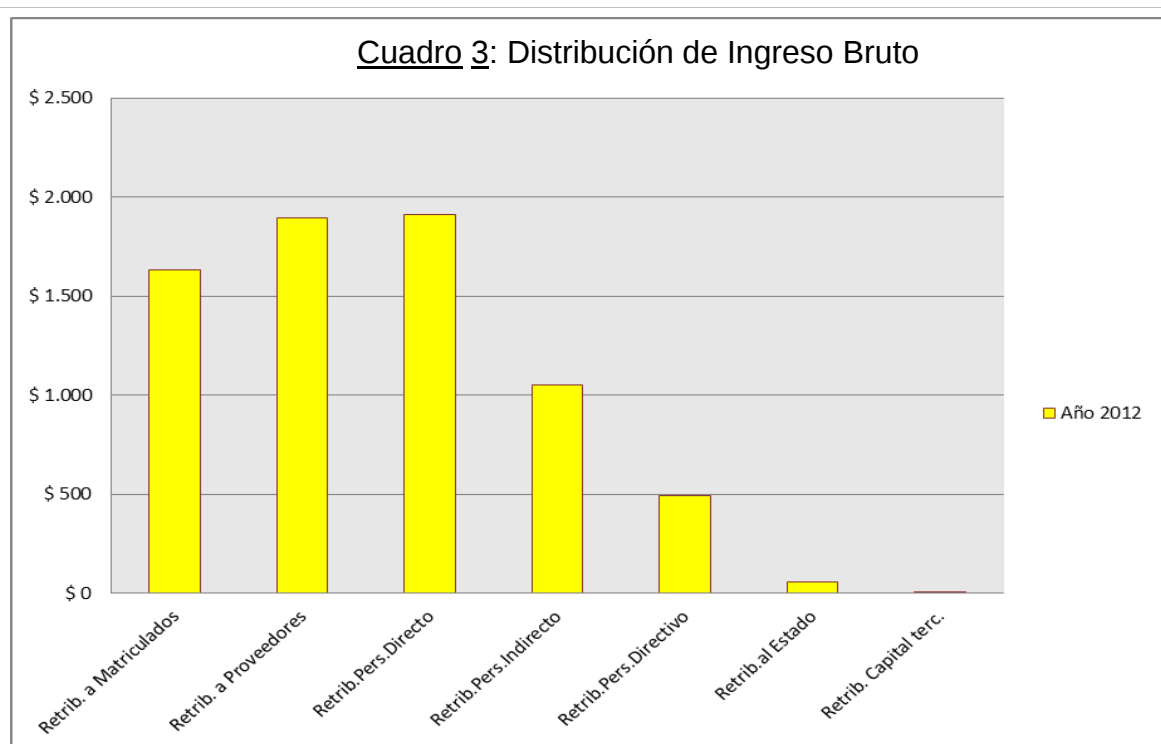
Fuente: Balance Social CGCET 2012

Este Estado se corresponde con los Indicadores de Desempeño Económico EC1 y EC1.2.2c de la Guía GRI 3.1, mostrando el valor económico directo generado y distribuido por la institución, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a empleados incluyendo los salarios de los empleados, las cantidades abonadas a instituciones y estado en concepto de impuestos, cobertura de la seguridad social y sindical por cuenta de estos y a cargo del colegio; donaciones y otras inversiones en la comunidad; beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y al gobierno.

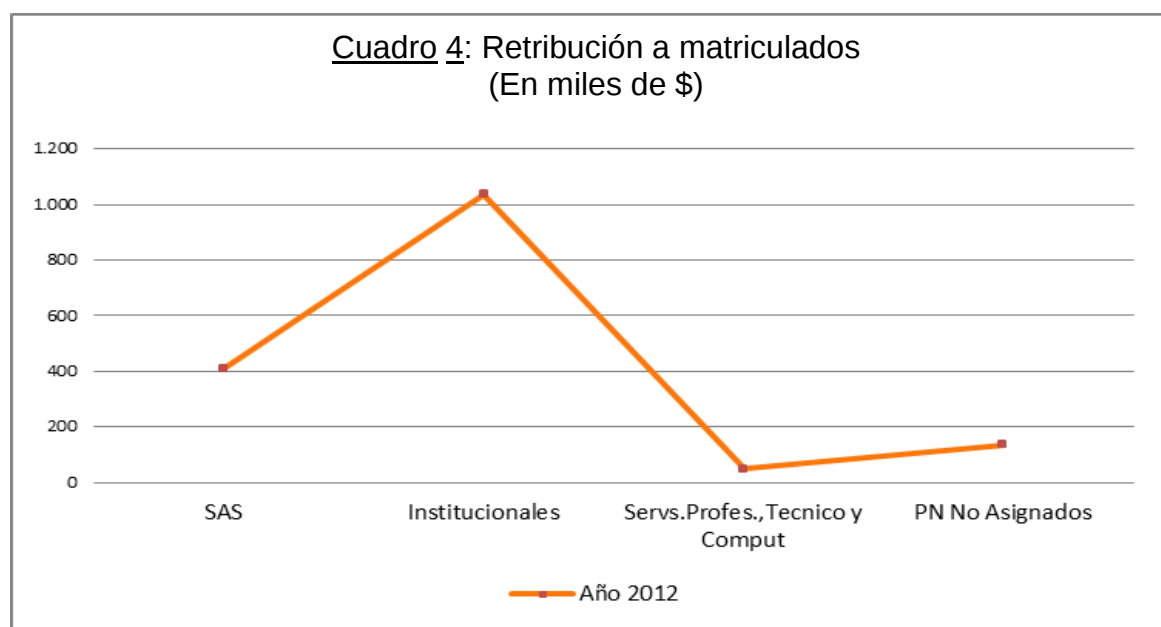
A continuación desarrollamos un análisis gráfico de la información.



Fuente: Balance Social CGCET 2012



Fuente: Balance Social CGCET 2012



Fuente: Balance Social CGCET 2012

2. DIMENSIÓN AMBIENTAL:

E.N. 3: Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.

Tabla 4: Indicador E.N.3

Energía Eléctrica	Año 2012
Consumo de KW	127.763

Fuente: Balance Social CGCET 2012

(EN 5) Se implementaron políticas de cuidado del uso de energía como ser:

- La sustitución de focos tradicionales por bombillas de bajo consumo.
- Apagar las luces en el momento de no ser utilizadas.

Se prevé para los futuros balances sociales incorporar nuevas mediciones respecto de consumo de papelería, captación de agua, recursos energéticos, división de residuos.-

3. DIMENSIÓN SOCIAL – ASPECTO LABORAL.

Tabla: 5: Indicadores de dimensión social

L.A.: Personal del C.G.C.E.T.			
		2012	
GRI	Característica	Cantidad	%
L.A.13	Masculino	16	53%
	Femenino	14	47%
L.A.2	Menor de 30 años	6	20%
	Mayor de 30 años y menor de 50 años	13	43%
	Mayor de 50 años	11	37%
L.A.4	Con Convenio Colectivo	24	80%
	Fuera de Convenio Colectivo	6	20%
E.C.3	Con cobertura de Seguridad Social	30	100%
L.A.1	Dotación total	30	100%

Fuente: Balance Social CGCET 2012

La mayoría de los empleados se jubila en la institución debido a su política de incentivos y buen trato, lo que indicaría poca movilidad y más permanencia de sus trabajadores. El 80% son mayores a 30 años.-

La cantidad de empleados fuera de convenio colectivo, indicador LA4, corresponde a personal que desarrolla tareas de dirección o especializada incluidas en el 3er. a 5to. Nivel del Organigrama.

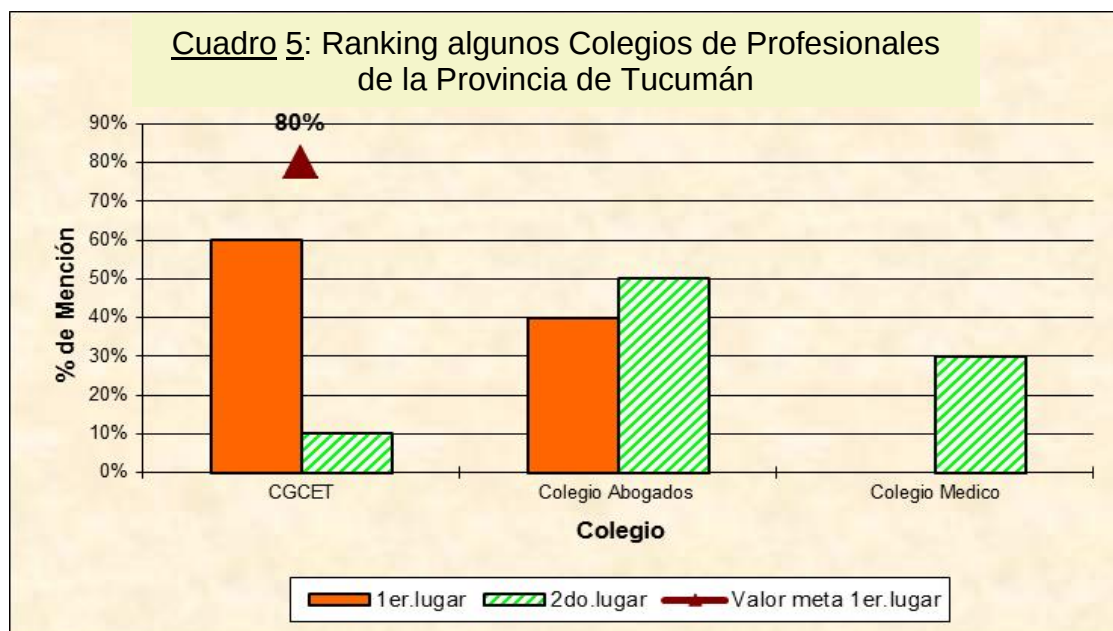
Todos los empleados gozan de cobertura de la seguridad social y ART.

Se puede observar también que prácticamente es la misma cantidad de empleados tanto de sexo masculino como femenino, lo cual demuestra que no se hacen distinciones.

1. DIMENSIÓN SOCIAL – SOCIEDAD.

S.O. 1: Servicios a la comunidad.

PARTICIPACIÓN EN LA SOCIEDAD: Inserción en la comunidad



Fuente: Balance Social CGCET 2012

Los encuestados manifiestan que las opiniones o comentarios que efectúa el CGCET sobre temas que interesan a la provincia son muy considerados por el público en general, los profesionales y son muy considerados por los políticos.

DIMENSIÓN SOCIAL – RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

(PR)

(S.O.1) Actividades Sociales y Recreativas (1.1)

Detalle de actividades 2012 que se consideraron en las presentes mediciones:

1. Semana de Graduados (Cena Sede y D. Sud)
2. Semana del Contador (Entrega de Medallas)
3. Cena de Comisiones

4. Conferencias organizados por el Colegio o Subcomisiones que no constituyan capacitaciones técnicas.

5. Grupo de Deportes (olimpiadas)

6. Otras: Aniversario 90 del CGCET, Exposiciones de artes plásticas y fotografías. Organización de donaciones. Convenios con "Comercios". Ciclos Cine Debate. Reunión día del Niño. Reunión día de la Mujer. Reunión Día de la Madre. Concurso Tarjetas Navideñas. Eventos de Camaradería organizados por cada subcomisión. Conferencias no constituyen capacitaciones técnicas. Conferencias organizados por el Colegio o Subcomisiones que no constituyan capacitaciones técnicas.

Tabla 6: Indicadores de participación en actividades sociales

	ACTIVIDADES	2012	
		% DE VALOR GENERADO COM. ACCIÓN SOCIAL	% DE VALOR GENERADO
1	Grupo de Deportes (olimpiadas)	\$ 573.024,98	52,49%
2	Semana de Graduados	\$ 262.163,07	24,01%
3	Cenas y Reuniones de camaradería	\$ 111.228,28	10,19%
4	Actividades culturales y familiares	\$ 145.318,39	13,31%
	TOTAL	\$ 1.091.734,72	100,00%

Fuente: Balance Social CGCET 2012

Tabla 7: Composición porcentual de profesionales matriculados en el CGCET, clasificados por títulos y sexo (años 2006 a 2012)

TITULO	SEXO	2.012	2.008	2.007	2.006
CPN	Masculino	56,14%	59.58%	60,26%	60,92%
	Femenino	40,65%	36.35%	35,69%	35,50%
LIC. EN ECONOMÍA	Masculino	0,62%	0.32%	0,26%	0,25%
	Femenino	0,00%	0.51%	0,46%	0,28%
LIC. ADMIN.	Masculino	1,84%	1.04%	1,54%	1,26%
	Femenino	0,08%	1.64%	1,24%	1,30%
ACTUARIO	Masculino	0,05%	0.03%	0,03%	0,04%
	Femenino	0,03%	0.03%	0,00%	0,00%
LIC. COMERCIALIZAC. Y OTROS	Masculino	0,35%	0.22%	0,29%	0,28%
	Femenino	0,24%	0.28%	0,23%	0,18%
TOTAL		100%	100%	100%	100%
TOTAL DE MATRICULADOS		3705	2875		

Fuente: Balance Social CGCET 2012

En la totalidad de las carreras se tuvo un incremento del 29% de matriculados respecto del último año de análisis. Es una cifra gratificadora ya que se denota la labor del Colegio en llegar a los profesionales para tener conciencia de la importancia que conlleva esto para la sociedad.

La variación porcentual del crecimiento en la matrícula se mantiene constante en la carrera de Actuario.

El sexo masculino , en el general de las carreras es predominante con respecto del femenino.-

Tabla 8: Oferta educativa SFAP - CGCET 2012

	INDICADORES	2012		
		SEDE	DELEG.	Total
1	Cantidad de Eventos	42	10	52
2	Cantidad de Horas dictadas	270	34	304
3	Minutos promedio por matriculados	8,05	7,11	4,92
4	Cantidad de asistentes - reales matriculados	2494	171	2665
5	Minutos promedio por asistentes -reales matriculados	6,5	11,93	6,84
6	Cantidad Asistentes SFAP -matriculados	1976	154	2130
7	Cantidad de Cred Otorgados a los asistentes SFAP	8098	462	8560
8	Créditos promedio por asistente	4,1	3	4,02
9	Grado de satisfacción promedio	89,86%	92,50%	90,06%
10	Tiempo de capacitación recibido SFAP	5	3,6	4,9
	Total matriculados	3418	287	3705

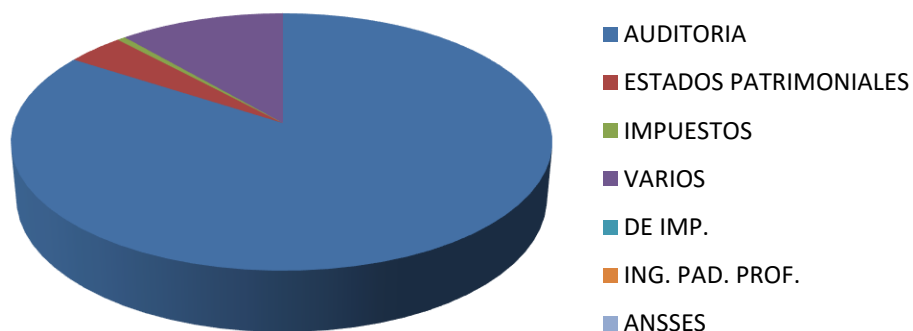
Fuente: Balance Social CGCET 2012

Tabla 9: Certificaciones 2012

CERTIFICACIONES	AÑO 2012	
	CANT.CERTIF.	\$ INGRESOS
AUDITORIA	5.656	3.662.081
ESTADOS PATRIMONIALES	1.034	171.923
IMPUESTOS	223	24.533
VARIOS	8.886	493.592
DE IMP.	0	0
ING. PAD. PROF.	0	0
ANSSES	0	0
TOTALES	15.799	4.352.129

Fuente: Balance Social CGCET 2012

Cuadro 6: Porcentaje de Certificaciones



Fuente: Balance Social CGCET 2012

Podemos observar que la gran mayoría de nuestros ingresos generados y para ser distribuidos provienen de certificaciones de Auditoría.

(PR6) Nivel de conocimiento de servicios

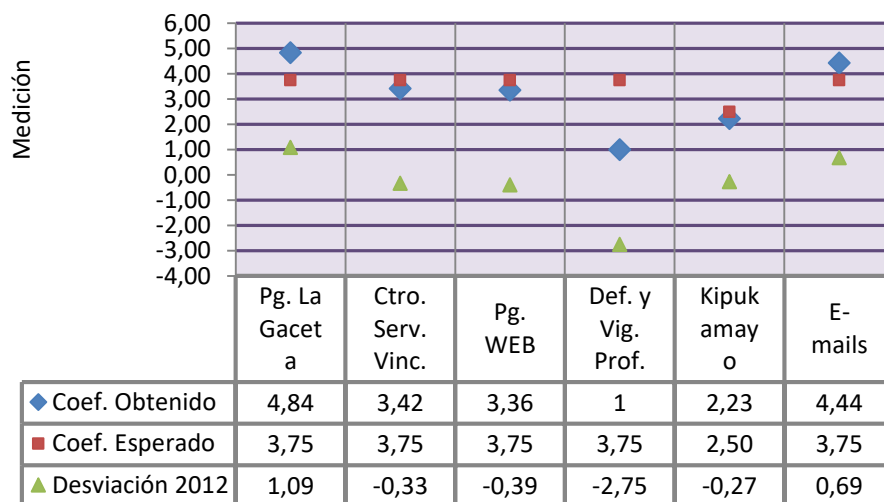
Tabla10: Indicador P.R.6
Grado de Conocimiento

Servicio	Coef. Obtenido	Coef. Esperado	Desviación 2012
Pág. La Gaceta	2,50	4,00	-1,50
Centro Servicios	4,61	4,00	0,61
Página WEB	4,53	4,00	0,53
Def. y Vig.Profes.	1	2,50	-1,50
Kipukamayo	2,27	4,00	-1,73

Fuente: Balance Social CGCET 2012

(PR. 5): Nivel de Satisfacción de los profesionales matriculados

Cuadro 7: Servicio a Profesionales
Nivel de Satisfacción de la Matrícula- BS 2012



Fuente: Balance Social CGCET 2012

Los niveles de satisfacción reales son inferiores al esperado en todos los casos, excepto para los servicios ofrecidos en la Página de La Gaceta y las novedades enviadas por E-mails.-

(P.R. 5) Respuesta a encuestas

Propuestas sobresalientes:

Matriculados:

- Jerarquizar profesión. Lograr respeto de instituciones Fiscales Tributarias. Honorarios periciales. Mejorar imagen.

- Instalaciones has quedado reducidas. Ampliar edificio.

- Actualizar volúmenes en Biblioteca y organizar por índice.

Incluir todas las novedades.

- Cursos y capacitaciones para Lic. En Economía, Administración y Comercialización

Consejeros:

- Capacitar al personal en servicios públicos y atención al cliente

- En ocasiones el espacio físico es insuficiente

- Difundir los objetivos del Colegio.

- Otorgar créditos SFAP para los cursos dictados en video conferencia

Empleados:

- Más capacitación, en distintas áreas

- Mejorar la comunicación interna, tanto de HCD, como de gerentes.

- Mejorar las relaciones entre compañeros.

- Sistema de incentivos personales

3- Beneficios del Balance Social

La confección de un Balance Social le otorga a la empresa un status en cuanto a la competitividad de sus productos y provoca que sean mayormente aceptados por el público. Contribuye a amplios beneficios internos para la organización, como ser a su ejecución financiera, a la reducción de costos de operación en el caso de aplicaciones de prácticas o medidas para reducir impactos ambientales que tendrían como resultado incrementar la eficiencia reduciendo los costos de utilidad; mejora la imagen del producto aumentando las ventas, la calidad del mismo; a mantener a sus empleados orgullosos

que prefieren trabajar en compañías que son socialmente responsables y principalmente es una herramienta de autocrítica sobre sus políticas económicas, sociales y ambientales.-

Actualmente, se ha impulsado un proyecto de ley que dará el marco jurídico para las prácticas de Responsabilidad Social y Ambiental en el territorio tucumano como así también hay un proyecto similar en la provincia de Neuquén.

La norma será aplicable a todas las empresas que desarrollen sus actividades en la provincia, con más de un año de antigüedad, nacionales o extranjeras, privadas, públicas o mixtas. Sin embargo, la adhesión a estas prácticas será voluntaria, es decir, dependerá de la predisposición y de la apertura de la compañía a que la población conozca sus políticas responsables con lo social y el medio ambiente.

El balance solicitado será evaluado por un comité especial, que estará conformado, entre otros, por un representante de la Legislatura, un representante del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán y un integrante de la FET; que de ser aprobado, otorgará el “Certificado Tucumano de Responsabilidad Social y Ambiental”, con el que se accederá a una serie de beneficios que brindará el Estado respecto a créditos, comercio exterior y promoción.

Además de la norma, se crearía el Registro Nacional de Empresas Socialmente Responsables donde deberán inscribirse las organizaciones que cumplan con los requisitos.

Los sujetos alcanzados por la ley deberán obtener la etiqueta de “Responsabilidad Social” una vez que declarado formalmente su código de conducta y balance social, se haya verificado su cumplimiento efectivo y no hayan incurrido en las causas de exclusión de la certificación.

La Certificación de responsabilidad social da derecho a:- utilizar públicamente el distintivo de "Empresa Socialmente responsable" en la empresa o entidad misma, en sus productos o

servicios, con la identificación de la marca de la entidad que haya extendido la certificación.

Además en nuestra provincia, con el propósito de incentivar la realización del balance social de todo tipo de entes, el Consejo Directivo del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas resolvió eximir de los aranceles en concepto de certificaciones de las auditorías de Balances Sociales emitidos conforme a lo establecido por la RT 36 sobre estados contables auditados.

Esta medida tendrá vigencia para los Balances Sociales presentados a partir del 1 de Octubre de 2014 y se extenderá hasta los ejercicios económicos con cierre durante los años 2014 y 2015.-

CONCLUSIÓN

Como corolario de nuestro trabajo podemos decir que, si bien hasta hace unos años atrás se escuchaba nombrar sobre el tema de realización de Balance Social para empresas de gran envergadura y la relación directa que representa esto con la Responsabilidad Social Empresaria, hoy este tema tomo un papel más renombrado para pasar a tener una consideración legal, reglamentado tras la aprobación de la Resolución Técnica N° 36 que nos da la guía para la elaboración de este tipo de informe.

Esto nos demuestra que se está llevando a cabo ese pensamiento de ver como repercuten las actividades que desarrollan las empresas en cuestiones relativas a la ética, el cuidado de sus trabajadores, de la sociedad y del medio ambiente.

Consecuentemente con esto, el Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán se ha desenvuelto en la investigación y aplicación del tema, siendo pionero en la región sobre la presentación de Balances Sociales y, aunque la recopilación de datos y preparación de la información no estaba totalmente estandarizada y reglamentada, ya que los indicadores que venían utilizándose fueron elaborados por la misma entidad, logramos obtener resultados con el rigor técnico y científico adecuado a la tarea emprendida y conforme a lo dispuesto en la normativa.

Luego de nuestra investigación, nos dimos cuenta que parte de la información que se pretende incluir en esta herramienta, es motivo de la memoria Anual de las Entidades sin fines de lucro ya que en su desarrollo tiene más trascendencia e importancia que en los Estados Contables y la responsabilidad es un eje de valor para las mismas, por lo tanto como futuros profesionales consideramos que

debemos actuar con responsabilidad en cuanto a la sustentabilidad de nuestras actividades económicas, impulsando el desarrollo del Balance Social como herramienta a fin de evaluar a las empresas y entidades insertas en nuestro ambiente y exigirles respeto por nuestro mundo.

ANEXO

FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

CONSEJO EMISOR DE NORMAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
(CENCYA)

RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 36

NORMAS CONTABLES PROFESIONALES: BALANCE SOCIAL

PRIMERA PARTE

Visto:

El Proyecto de Resolución Técnica N° 23 sobre “Balance Social”, aprobado por la Junta de Gobierno el 1 de abril de 2011; y

Considerando:

a) Que las atribuciones de los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas incluyen el dictado de normas de ejercicio profesional;

b) que dichos Consejos han encargado a esta Federación la elaboración de proyectos de normas técnicas para su posterior aprobación y puesta en vigencia dentro de sus respectivas jurisdicciones;

c) que los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas de las veinticuatro jurisdicciones han suscripto la denominada “Acta de Catamarca” del 27 de setiembre de 2002, en la que exteriorizaron explícitamente su compromiso en el artículo 2 inc.b de “sancionar, sin modificaciones, las normas técnicas profesionales aprobadas por la Junta de Gobierno de la FACPCE”;

d) que ciertos aspectos del comportamiento social y ambiental de los entes no son reflejados en sus estados contables;

e) que cada vez con mayor frecuencia se observa la existencia de balances sociales emitidos por las organizaciones;

f) que dichos balances sociales cuentan con informes de verificación, informes de auditoría y otros;

g) que en las guías existentes para la preparación de balances sociales, gran porcentaje de la información necesaria surge del sistema de información contable;

h) que con relación a la confección de balances sociales no existen normas emitidas por esta Federación;

i) que resulta conveniente contar con normas expresas relativas a la confección de balances sociales que permita uniformar el contenido del mismo, aclarar conceptos y definir términos;

j) que la tarea de confección del balance social requiere de un abordaje interdisciplinario;

k) que la existencia de normas contables específicas sobre la temática, permite afianzar la incumbencia del contador en distintas actividades relacionadas con el balance social;

l) que el Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y auditoría aprobó la propuesta de Resolución Técnica en su reunión del 24 de octubre de 2012.

Por ello:

LA JUNTA DE GOBIERNO DE LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE
CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

RESUELVE:

Artículo 1° - Aprobar la Resolución Técnica N° 36 "Balance Social" contenida en la segunda parte de esta Resolución.

Artículo 2°- Recomendar a los Consejos Profesionales adheridos a esta Federación:

a) el tratamiento de esta resolución técnica de acuerdo con lo comprometido en el Acta de Catamarca, firmada en la Junta de Gobierno del 27 de septiembre de 2002;

b) la aprobación de esta norma para los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero del 2013, permitiéndose su aplicación anticipada a partir de los ejercicios iniciados desde la aprobación de esta resolución por la Junta de Gobierno;

c) La difusión de esta resolución técnica entre sus matriculados y los organismos de control, educativos y empresarios de sus respectivas jurisdicciones.

Artículo 3°- Encomendar al Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y Auditoría la preparación de un Informe sobre aplicación práctica de esta resolución.

Artículo 4° - Publicar esta resolución técnica en la página de Internet de esta Federación y comunicarla a los Consejos Profesionales, y a los organismos nacionales e internacionales pertinentes.

En la Ciudad de Carlos Paz (provincia de Córdoba), a los 30 días del mes de noviembre de 2012.

SEGUNDA PARTE

A. INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos para la preparación del Balance social es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global.

La mera información sobre las tendencias del desempeño individual (o sobre la eficiencia de la organización) no dará respuesta a este objetivo.

El Balance Social debe, por lo tanto, tratar de presentar el desempeño en relación con concepciones más amplias de la sustentabilidad. Esto incluye analizar el desempeño de la organización en el contexto de los límites, y las exigencias impuestas sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local, regional o mundial, y sobre el uso de recursos y niveles de contaminación. También puede ser relevante en lo referente a objetivos sociales y económicos, tales como objetivos de desarrollo sustentable y objetivos socioeconómicos a escala nacional o internacional.

La denominación “Balance Social” es el término más utilizado y conocido, inclusive por otras profesiones, para cumplir con el objetivo mencionado.

Existen diversos modelos metodológicos para elaborar el balance social (O.I.T., Eurostat, Ethos-IARSE, GRI, etc.), pero actualmente se registra una tendencia hacia la aceptación del trabajo que viene desarrollando el Global Reporting Initiative (GRI), cuya misión es desarrollar lineamientos metodológicos comunes para que las empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales puedan informar sobre su desempeño económico, ambiental y social.

Para la preparación del Balance Social, esta resolución se basa en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del

Global Reporting Initiative (GRI), que es el modelo internacional más reconocido.

El GRI es una iniciativa internacional apoyada desde Naciones Unidas que se define a sí misma como “una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores, cuya misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios”.

En la Guía del GRI se parte de la visión estratégica basada en la importancia que tiene esta información (cuando es periódica, creíble y consistente) para contribuir a enfrentar los desafíos que implica la sustentabilidad de las sociedades.

De este modo, la Guía del GRI contempla tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social, e identifica las categorías que comprende cada una de ellas así como los indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten seguir la evolución de los resultados.

Su estructura parte de los principios de transparencia, inclusión y verificación, y esos principios son los que determinan las características que debe tener la información: completa, relevante y situada en un contexto de sustentabilidad. La calidad y veracidad de información deben garantizarse mediante su precisión, objetividad y comparabilidad.

También deben contemplarse aspectos como la accesibilidad a la información, teniendo en cuenta la claridad en la presentación de los datos.

B. OBJETIVO

El objetivo de esta resolución técnica es establecer criterios para la preparación y presentación del Balance Social.

Su preparación deberá cubrir los requisitos enunciados en la sección 3 (requisitos de la información contenida en los estados

contables) de la segunda parte de la Resolución Técnica N° 16 (Marco Conceptual de las Normas Contables Profesionales distintas a las referidas en la Resolución Técnica N°26), y cumplir con los principios para definir la calidad de elaboración de memorias contenidos en la Guía para elaboración de Memorias de Sustentabilidad GRI, referenciada en el Anexo II de la presente resolución técnica.

C. NIVELES DE APLICACIÓN DE LA GUIA GRI

La entidad incluirá en el Balance Social la indicación de en qué medida o nivel se ha aplicado el Marco de elaboración de memorias del GRI (conforme lo previsto en la Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad), a través del sistema de “niveles de aplicación del GRI”.

La matriz de los niveles de aplicación del GRI debe ser incluida en el Balance Social para mostrar qué nivel se ha declarado y quien ha hecho la evaluación. Existen tres niveles de aplicación que permiten cumplir con las necesidades de las organizaciones informantes. Los tres niveles reciben las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles ponen de manifiesto una aplicación o cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI, y están ordenados de menor aplicación a mayor aplicación.

D. ESTRUCTURA

Esta norma está organizada del siguiente modo:

- Capítulo I: Alcance. Modelo.
- Capítulo II: Balance Social.
- Capítulo III: Estado de Valor Económico Generado y Distribuido
- Glosario
- Anexo I: Modelo Estado de Valor Económico Generado y Distribuido

- Anexo II: Pautas de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI). Remisión.

CAPÍTULO I

A. ALCANCE

Las normas contenidas en esta resolución técnica se aplican a la preparación del balance social cuando la organización haya optado por su elaboración, a ser presentados a terceros por todo tipo de ente (público, privado o mixto) con o sin ánimo de lucro.

Hasta tanto se emitan las normas específicas para la elaboración del balance social de determinados entes (ejemplos: cooperativas, mutuales), la aplicación de esta resolución técnica admitirá cambios de terminología y otras cuestiones, relacionadas con la especificidad del ente.

B. MODELO

El modelo de Estado de Valor Económico Generado y Distribuido que se incluye en el Anexo I es un ejemplo utilizable para la preparación del Balance Social.

CAPÍTULO II

BALANCE SOCIAL Concepto

1. El Balance social es 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.

Estructura

2. El Balance Social incluye:

2.1. Memoria de Sustentabilidad

Para la elaboración de la Memoria de Sustentabilidad 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), los cuales se referencian en el Anexo II de la presente resolución técnica.

A los efectos de una mejor visualización de la evolución de los indicadores, éstos se presentarán en forma comparativa con uno o más ejercicios anteriores, excepto en la primera elaboración del balance social.

2.2. Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD)

Para la elaboración del EVEGyD se aplicarán las disposiciones contenidas en el capítulo III de la presente resolución técnica. La presentación del EVEGyD reemplaza al indicador, que sobre el mismo tema, plantea la Guía GRI.¹

Presentación

3. El Balance Social se podrá presentar en forma conjunta con los Estados Contables del ente, o por separado, haciendo referencia, en el Balance Social, a dichos Estados Contables. El período por el cual se emitirá será el mismo al que se refieren los Estados Contables. Los usuarios deberán poder acceder a la información referenciada, para lo cual la organización deberá indicar claramente cómo lograr tal acceso. En aquellos entes que posean actividad e inversión social en más de una jurisdicción, se recomienda presentar el Balance Social separando claramente la actividad de cada jurisdicción (cada provincia y Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

CAPÍTULO III

ESTADO DE VALOR ECONOMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO Introducción

1. Valor económico generado 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.

2. El valor económico generado se diferencia del beneficio empresario ya que el primero se refiere a la retribución de todos los grupos sociales que intervienen en los procesos inherentes a las actividades del ente, mientras que el beneficio empresario se refiere a la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado.

Características de la información del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido⁵ (EVEGyD)

3. El EVEGyD está fundamentado en conceptos macroeconómicos, buscando presentar la parte en que contribuyen las entidades en la formación del Producto Bruto Interno.

4. El EVEGyD es un estado económico financiero, histórico, que muestra el valor económico generado por una organización y simultáneamente revela cómo se distribuye entre los diversos grupos sociales que han contribuido a su creación.

5. Para los inversores y otros usuarios, esa demostración proporciona información de naturaleza económica, financiera y social, y ofrece la posibilidad de una mejor evaluación de las actividades de la entidad en la sociedad en la cual está inserta.

6. El EVEGyD elaborado por segmento (tipo de clientes, actividades, productos, área geográfica y otros) puede representar información aún más valiosa para la formulación de proyecciones de analistas sociales y económicos.

Objetivo del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido

7. El objetivo del Estado de Valor Económico Generado y Distribuido propuesto como uno de los componentes del Balance Social, es evidenciar el valor económico generado por la entidad y su distribución, durante un período determinado.

⁵ Al momento de aprobación de esta Resolución, es el indicador EC1

Alcance y presentación

8. El ente debe preparar el EVEGyD y presentarlo como parte integrante del Balance Social.

9. La presentación del EVEGyD consolidado deberá basarse en los Estados Contables Consolidados.

10. La distribución del valor económico generado debe ser expuesta, como mínimo, en los siguientes conceptos:

- Remuneraciones al personal.
- Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo.
- Al Estado (impuestos, tasas y contribuciones).
- Retribuciones al capital de terceros.
- Retribuciones a los propietarios.
- Ganancias retenidas.
- Otras.

11. En el anexo I se brinda un modelo de EVEGyD. El mismo podrá ser adaptado por entes cuyas características así lo requieran.

Determinación y distribución del valor económico generado Generación (Determinación)

12. El EVEGyD, en su primera parte, debe presentar en forma detallada el valor económico generado por la entidad. Los principales componentes del valor económico generado se detallan a continuación:

12.1 Ingresos

Está compuesto por:

- a. Venta de mercaderías, productos y servicios (no incluye el impuesto al valor agregado).
- b. Otros ingresos.
- c. Ingresos relativos a la construcción de activos propios.

La construcción de activos dentro de la empresa para su propio uso (bienes de uso y activos intangibles) es un procedimiento habitual. En esa construcción diversos factores de la producción son utilizados, incluso la contratación de recursos externos (materia prima, mano de obra de terceros, etc.) y la utilización de factores

internos, como mano de obra, con los consiguientes costos que esa contratación o utilización generan. Para la elaboración del EVEGyD, esa construcción equivale a producción vendida para la propia empresa y por eso su valor contable debe ser considerado como ingreso. La mano de obra propia utilizada es considerada como distribución de ese valor agregado generado. Los gastos con servicios de terceros y materias primas, son apropiados como insumos.

d. Previsión para desvalorización de créditos, incluye los valores relativos a la constitución y reversión de la previsión.

12.2 Insumos adquiridos a terceros

Este concepto comprende:

a. Insumos, Materias primas, servicios y bienes de cambio adquiridos a terceros contenidos en el costo del producto vendido. No incluye los gastos en personal propio.

b. Materiales, energía, servicios de terceros y otros: incluye importes correspondientes a las erogaciones originadas en la utilización de esos bienes, y servicios adquiridos a terceros. No incluye el impuesto al valor agregado.

12.3 Pérdida y recuperación de valores de activos

Incluye importes relativos a ajustes por valuación de los bienes de cambio, bienes de uso, inversiones y otros. También deben ser incluidos los valores reconocidos en el resultado del período, tanto por la constitución como por la reversión de las provisiones para pérdidas por desvalorización de activos excepto las incluidas en

12.1.d.

12.4 Depreciaciones y amortizaciones

Incluye los importes registrados en el período por tales conceptos.

12.5 Valor agregado recibido en transferencia

Este concepto incluye:

a. El resultado por participación en subsidiarias: se corresponde con la participación en el resultado de subsidiarias. Si el mismo es negativo opera como reducción o valor negativo.

b. Los ingresos financieros: incluye todos los ingresos financieros, cualquiera sea su origen.

c. Otros ingresos: incluye los dividendos relativos a inversiones valuadas al costo, alquileres y otros, siempre que no provengan de la actividad principal del ente.

Distribución del valor económico generado

13. En su segunda parte, el EVEGyD debe presentar en forma detallada como el valor agregado por la entidad fue distribuido. Los principales componentes de esa distribución se detallan a continuación:

13.1. Remuneraciones al personal

Son los importes asignados al costo y al resultado del ejercicio en forma de:

a. Remuneración directa: representada por los valores de los salarios, sueldo anual complementario, honorarios de administración (incluso los pagos basados en acciones), vacaciones, comisiones, horas extras, participación en resultados, etc.

b. Beneficios: representados por los valores de asistencia médica, alimentación, transporte, planes de beneficios jubilatorios, etc.

13.2. Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo

Comprende las retribuciones asignadas a los directores/propietarios por su función técnica/administrativa y los honorarios correspondientes a su función puramente de Director. Análoga definición comprende a entes diferentes a Sociedades Anónimas.

13.3. Al estado (Impuestos, tasas y contribuciones)

Comprende los importes de los impuestos a las ganancias, contribuciones sociales que estén a cargo del empleador, y los demás impuestos y contribuciones a los que la organización esté obligada.

Opcionalmente el ente podrá discriminar de las cuentas de resultados los impuestos allí contenidos en:

a. Nacionales: incluyen los tributos correspondientes a la Nación, incluso los que son coparticipados en todo o parte a las provincias.

b. Provinciales: incluyen los tributos correspondientes a las provincias, incluso los que son coparticipados en todo o en parte a los municipios.

c. Municipales: incluyen los tributos correspondientes a los municipios.

13.4. Retribución al capital de terceros

Comprende los importes devengados a financistas externos de capital:

a. Intereses y otros resultados originados por préstamos (incluye comerciales) y pasivos similares: incluye las erogaciones financieras, inclusive las variaciones cambiarias pasivas, relativas a cualquier tipo de préstamo o financiamiento de instituciones financieras, empresas del grupo (previo

análisis de cuál ha sido su tratamiento desde el punto de vista contable de la matriz y subsidiaria en el balance individual y consolidado) u otras formas de obtención de recursos o fuentes de financiación. Deben considerarse los importes que por estos conceptos se hubieran incluido en el costo de los activos en el período.

b. Rentas: incluye los alquileres (incluso las erogaciones con arrendamiento operativo) a terceros.

c. Otras: incluye las remuneraciones que configuran transferencia de valor agregado a terceros originadas en capital intelectual, tales como royalties, franquicia, derechos de autor, seguros por riesgo de trabajo etc.

13.5. Retribución a los propietarios

Son los importes relativos a la retribución asignada a socios y accionistas:

a. Dividendos: incluye los valores pagados o acreditados a los socios y accionistas por cuenta del resultado del período.

b. Ganancias retenidas

Incluye las ganancias (superávits) reservadas, capitalizadas o cuya asignación se posterga para ejercicios futuros.

13.6. Otras

Glosario

Definiciones

Ingresos por venta de bienes y servicios: representa los importes reconocidos en ventas netas de bienes y servicios del estado de resultados.

Insumos adquiridos a terceros: representa los importes por las compras de materias primas, mercaderías, materiales, energía, servicios y otras, que hayan sido transformados en gastos del período. Mientras permanezcan en el activo, no componen la formación del valor económico generado y distribuido.

Valor económico generado: es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos y servicios adquiridos a terceros. Incluye el valor generado recibido en transferencia.

Valor económico recibido en transferencia: representa la riqueza que no ha sido generada por la entidad, y sí por terceros, y que es transferida a ella (ej.: participación en resultado de subsidiarias, dividendos, otros).

ANEXO I: MODELO ESTADO DE VALOR ECONOMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

El modelo que se recomienda, se detalla a continuación.

DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
1 - INGRESOS		
1.1 Ventas de mercaderías, productos y servicios		
1.2 Otros ingresos		
1.3 Ingresos relativos a construcción de activos propios		
1.4 - Previsión para desvalorización de créditos		
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEROS		
2.1 - Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos.		
2.2 - Materiales, energía, servicios de terceros y otros		
2.3 - Pérdida/recupero de valores activos		
2.4 - Otras (especificar)		
3 - VALOR ECONÓMICO GENERADO BRUTO (1-2)		
4 - DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN		
5 - VALOR ECONÓMICO GENERADO NETO PRODUCIDO POR LA ENTIDAD (3 - 4)		
6- VALOR ECONÓMICO GENERADO RECIBIDO EN TRANSFERENCIA		
6.1 - Resultado participación en subsidiarias		
6.2 - Ingresos financieros		
6.3 - Otras.		
7 - VALOR ECONÓMICO GENERADO TOTAL A DISTRIBUIR (5 + 6)		

DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
8 - DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO GENERADO ²		
8.1 Personal		
8.1.1 Remuneración directa		
8.1.2 Beneficios		
8.1.3 Otros		
8.2. Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo		
8.2.1. Función técnica / administrativa		
8.2.2. Otras		
8.3. Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)		
8.3.1 Nacionales		
8.3.2 Provinciales		
8.3.3 Municipales		
8.4. Retribución al capital de terceros		
8.4.1 Intereses		
8.4.2 Rentas		
8.4.3 Otras		
8.5. Retribución a los propietarios		
8.5.1 - Resultados no distribuidos		
8.5.2 - Participación de no controlantes en ganancias retenidas (solo para consolidación)		

DESCRIPCIÓN	Ej. Actual	Ej. Anterior
8.5. Otras		

Evolución del EVEGyD correspondiente a los propietarios

Valor económico generado retenido (incluye reservas) al
 inicio Valor económico generado durante el ejercicio (8.5) Dividendos
 asignados

Valor generado retenido en la empresa

Información Adicional

Anexo - Gastos e inversiones medioambientales (netas
 de amortizaciones)

	Incorporados al activo del ente	Computados como gastos del ente	Total
Inversiones			
Activos adquiridos por la empresa			
Activos aportados a la comunidad			
Gastos			
Erogaciones en acciones de prevención			
Erogaciones para restaurar daños			
Erogaciones aportadas a la comunidad			

ANEXO II: PAUTAS DE LA GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SUSTENTABILIDAD DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)³.

Se aplicará la guía GRI⁶ publicada en español en la página de internet de esta Federación.

³ Al momento de la aprobación de esta Resolución Técnica, la versión vigente de la GRI, es la 3.1. (2.000 2.011) la que se encuentra publicada en la página de internet de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE).

⁶ Al momento de la aprobación de esta Resolución Técnica, la versión vigente de la GRI, es la 3.1. (2.000 2.011) la que se encuentra publicada en la página de internet de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE).

Niveles de Aplicación de Memoria – Global Reporting Initiative

Nivel de aplicación de memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Información sobre el Perfil según la G3 PRODUCTO	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación externa de la Memoria
	Información sobre el Enfoque de Gestión según la G3 PRODUCTO	No es necesario		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador	
	Indicadores de Desempeño según la G3 & Indicadores de Desempeño de los Suplementos Sectoriales PRODUCTO	Informa sobre un mínimo de 10 Indicadores de Desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental.		Informa sobre un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos.		Informa sobre cada Indicador principal y sobre los Indicadores de los Suplementos Sectoriales* de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión.	

*Versión final del Suplemento Sectorial

INDICE BIBLIOGRAFICO

A. GENERAL

JELEN, Mauricio, El Balance Social y los intangibles Corporativos, Editorial Consejo (Buenos Aires, 2009)

JUNYENT BAS, Francisco, Sociedad y Empresa, en El Derecho Colección Académica, (Buenos Aires, 2006).

B. REVISTAS Y DIARIOS CONSULTADOS

CARDOSO BRUM, Miriam, Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Problemas, actitudes y actores relevantes, en “Administración y Organizaciones” (México, 2010).

Nota de la Editorial; “La otra cara de las empresas: responsabilidad social y ambiental”; LA GACETA DE TUCUMÁN; (Tucumán, 7 de julio 2014)

Publicación mensual CGCET; “Balance Social sin arancel”; LA GACETA DE TUCUMÁN; (Tucumán, 4 de noviembre de 2014)

GONZALEZ, Diego; “Empresa B, una nueva forma de hacer negocios sustentables”; Diario Ámbito Financiero; (C.A.B.A., 20/10/2014)

C. PUBLICACIONES

PAHLEN ACUÑA, RICARDO J.M., CAMPO, ANA MARÍA, SOSISKY, LILIANA HAYDE, XXXII Jornadas Universitarias de Contabilidad Facultad de Ciencias Económicas del Rosario Universidad Católica Argentina, Año 2011

Global Reporting Initiative (GRI); Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, versión 3.1, (2011)

Colegio de Graduados en Ciencias Económicas; Estados Contables año 2012; (San Miguel de Tucumán, 2013)

Colegio de Graduados en Ciencias Económicas ; Balance Social Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán de 2006; (San Miguel de Tucumán 2007)

Colegio de Graduados en Ciencias Económicas; Estatuto Colegio de Graduados en Ciencias Económicas; Aprobación por Decreto N° 475/14 (SSG); (San Miguel de Tucumán, 1969)

Colegio de Graduados en Ciencias Económicas; Reglamento de Comisiones; (San Miguel de Tucumán, 2011)

FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS; Resolución técnica N° 36; Ed. ERREPAR; (C.A.B.A., 2012)

ERICA STÖCKL, OMAR LEGUIZAMON TULA, RAUL CHABAN, Publicación de la Subcomisión de Economía Social – CGCET 2011

D. OTRAS CONSULTAS

www.wikipedia.org

www.globalreporting.org

www.facpce.org.ar

INDICE ANALÍTICO

PRÓLOGO	1
CAPITULO I: GENESIS Y FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	
1- <u>La Responsabilidad Social de las Empresas</u>	3
2- <u>Definición y conceptos generales</u>	4
3- <u>Objetos de la RSE</u>	5
4- <u>Manifestaciones de la RSE</u>	6
CAPITULO II: EL BALANCE SOCIAL FUNDAMENTO Y ANTECEDENTES HISTORICOS	
1- El Balance Social o Triple Balance	13
2- Reseña histórica en el contexto internacional	16
3- Experiencia en otros países	22
4- Antecedentes del Balance Social en Nuestro País.....	23
5- <u>Pasos del Balance Social</u>	26
6- <u>Requisitos para la implementación del Balance Social</u>	29
CAPITULO III: RT N°36 – NORMAS CONTABLES PROFESIONALES: BALANCE SOCIAL	
1- Introducción	33
2- <u>MODELO</u>	35
3- <u>BALANCE SOCIAL</u>	37
4- Aplicación de las Normas GRI	41
CAPITULO IV: BALANCE SOCIAL 2012 COLEGIO DE GRADUADOS EN CIENCIAS ECONÓMICAS DE TUCUMÁN	
1-Objetivo del trabajo	55
2- <u>Aplicación Práctica: Balance Social del Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de Tucumán, año 2012</u>	56
3- <u>Beneficios del Balance Social</u>	78
CONCLUSIÓN.....	81
ANEXO	83
<u>INDICE BIBLIOGRAFICO</u>	104
<u>INDICE ANALÍTICO</u>	106