



Escuela de Graduados  
FCE - UNC

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA DE GRADUADOS**

Carrera: Especialización en Contabilidad Superior y Auditoria

*TRABAJO FINAL DE ESPECIALIDAD*

**BALANCE SOCIAL: SU IMPLEMENTACIÓN EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS**  
**FINANCIEROS**

**Autor:**

**Cra. Ana Sol Giorgis**

**Tutor:**

**Cr. Ernesto Paiva**

**Córdoba 29 de Diciembre de 2014**



Escuela de Graduados  
FCE - UNC



Balance social: su implementación en una empresa de servicios financieros por Ana Sol Giorgis se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



## AGRADECIMIENTOS:

La presente Tesis fue elaborada con el esfuerzo que, directa o indirectamente, realizaron varias personas, leyendo, opinando y corrigiendo.

Agradezco en primer lugar a mi Tutor el Contador Paiva por la asistencia y respuesta a todas mis inquietudes.

A la directora de la carrera la Contadora Eliana Werbin, y el profesor Arguello, por estar siempre pendientes del avance del trabajo y disponibles para cualquier consulta o corrección.



## RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de comprender y analizar el proceso de implementación y la emisión del Balance Social por parte de una empresa prestadora de Servicios Financieros. Con esa base de análisis se estudiaron inicialmente los marcos teóricos respecto de la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Dentro de éstos se revisaron la Resolución Técnica N° 36, la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI y artículos de publicaciones entre los que se encuentran los emitidos por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Empresaria (IARSE). Luego se analizaron los pasos a seguir para llevar a cabo la implementación y emisión de un Balance Social a partir de directrices provistas por el IARSE, éste diseñó un programa con el objetivo de que las empresas participantes lleguen a elaborar su propio Balance Social. En el desarrollo de este trabajo se plantearon las etapas definidas y el grado de cumplimiento de las mismas por parte de una empresa prestadora de servicios financieros. Por último se advierte la importancia de remarcar los aspectos e indicadores del GRI están relacionados con los capítulos de la norma ISO 26000, esta norma establece estándares de calidad respecto de los cuales las compañías deben enmarcar su gestión. Es importante tener en cuenta las diferentes características de las organizaciones en cuanto a: razón social, sector al que pertenecen, entorno donde se desempeñan, entre otras, para diseñar un modelo de indicadores específicos dirigido a interpretar la realidad organizacional a evaluar. Una empresa prestadora de servicios financieros debiera prestar especial atención en la inclusión en su Balance Social de su estrategia de inversión en la comunidad y los resultados de ésta. El Balance Social es considerado un complemento del Balance Financiero, permitiendo a la organización obtener más información sobre su desempeño e impacto.

Palabras claves: Sustentabilidad – Balance Social – Programa Pro Equidad.



## ABSTRACT

This work was performed in order to understand and analyze the implementation process and the issuance of Social Balance by a lending company of Financial Services. Based on this analysis were initially studied the theoretical frameworks regarding the development of Sustainability Reports. Among these were reviewed by Technical Resolution No. 36, Guidelines for the development of the GRI Sustainability Reporting and journal articles among which are those issued by the Argentine Institute for Social Responsibility (IARSE). The steps were then analyzed to carry out implementation and issuance of a Social Balance from guidelines provided by the IARSE, this design a program with the aim of participating companies come to develop its own Social Balance. In developing this work the steps defined and the degree of compliance with them by a company that provides financial services arise. Finally highlight the importance of the issues and GRI indicators are related to the chapters of ISO 26000 is noted, this standard establishes quality standards for which companies must frame its management. It is important to take into account the different characteristics of organizations regarding: company name, sector they belong, where they work environment, among others, to design a model for interpreting specific indicators aimed at evaluating organizational reality. A company providing financial services should pay special attention to the inclusion in its Social Balance your investment strategy in the community and the results thereof. The Social Balance is considered a complement of the Financial Balance, enabling the organization to learn more about their performance and impact.

Keywords: Sustainability - Social Balance – Equality Program.



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	pág. 1
METODOLOGÍA	pág. 3
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
I- MARCO TEÓRICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL EN UNA EMPRESA PRIVADA	pág. 5
II- ETAPAS DEFINIDAS POR EL IARSE PARA LA PREPARACIÓN Y EMISIÓN DE UN BALANCE SOCIAL	pág. 13
III- DEFINICIONES ESTABLECIDAS POR EL GRI Y LA NORMA ISO 26000 PARA EL ARMADO Y EMISIÓN DEL BALANCE SOCIAL Y MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD	pág. 23
CONCLUSIONES	pág. 27
BIBLIOGRAFÍA	pág. 29



Escuela de Graduados  
FCE - UNC



Escuela de Graduados  
FCE - UNC



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa que la sociedad y el mercado exigen cada vez mayor transparencia y credibilidad por parte de las empresas, y éstas comienzan a advertir que llevar adelante una gestión socialmente responsable se convierte en un valor estratégico fundamental en su organización.

A su vez, dado que los intereses empresariales y el desarrollo sostenible se relacionan cada vez más, la necesidad de que las organizaciones demuestren prácticas responsables en tal sentido se torna cada vez más importante. En este contexto, el Balance Social aparece como una herramienta útil para reflejar no sólo los resultados económicos, sino también los logros sociales y medioambientales de la compañía.

La guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) es de gran utilidad para la recopilación y análisis de información y para la preparación del Balance Social.

A partir de las normas Normas Global Reporting Initiative (GRI) se advierte que el objetivo del desarrollo sostenible es “satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.  
([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org), 2000 - 2006)

En el desarrollo del presente trabajo se analizarán cuales son los pasos a seguir para la implementación del Balance Social en una empresa prestadora de servicios financieros,

tomando como base las Normas Global Reporting Initiative (GRI), y con el asesoramiento del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) .

En nuestro país el IARSE brinda asesoramiento a empresas de Argentina y de la región con el objeto de generar conocimiento público para promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE), como forma de contribuir al desarrollo sustentable.

Este Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios y generando herramientas de gestión, redes y mecanismos de información e intercambio de experiencias.

La empresa sobre la cual se trabajará participó durante el año 2013 del Programa Pro Equidad llevado a cabo por el IARSE. Este programa buscó promover el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en Argentina, en pos de contribuir a un cambio cultural en las organizaciones empresariales y en la percepción comunitaria de estos valores. El objetivo del Programa fue divulgar, brindar asistencia técnica, el intercambio de buenas prácticas y la transferencia de tecnología para trabajar en alianzas para la difusión de la Responsabilidad Social Empresaria. (www.iarse.org, 2014)

Por último se analizará también cómo los aspectos e indicadores del GRI están relacionados con los capítulos de la norma de calidad ISO 26000, que establece líneas en materia de Responsabilidad Social, asistiendo y ayudando a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS. (www.iso.org, 2014)

## METODLOGIA

Este trabajo se llevó a cabo en base a estudios exploratorios respecto de los siguientes puntos:

**A- Estudio exploratorio bibliográfico de los marcos teóricos para la implementación de Balance Social en una empresa privada:**

Este estudio se realizará en base a las Resoluciones Técnicas N° 36 (FACPCE 2011) y la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (2011).

**B- Estudio exploratorio sobre la implementación del Balance Social en una empresa de servicios financieros a partir de las etapas definidas por el IARSE:**

Para llevar a cabo esta implementación el IARSE diseño un programa con el objetivo de que las empresas participantes lleguen a elaborar su propio Balance Social (IARSE 2013). En el desarrollo de este trabajo se plantearan las etapas definidas y el grado de cumplimiento de las mismas por parte de la empresa objeto.

El análisis se llevará a cabo en las oficinas y sede administrativa de la empresa prestadora de servicios financieros, a través de entrevistas con el personal jerárquico encargado de llevar a cabo la implementación y revisión de las evidencias que la demuestren.

**C- Estudio explorativo bibliográfico de las definiciones establecidas por el GRI y las Normas ISO 26000 para el armado y emisión del Balance Social y Memoria de Sostenibilidad:**

Este estudio se realizará en base a lo siguiente: los resultados obtenidos en el apartado anterior, y las Normas GRI e ISO 26000.

## RESULTADOS Y DISCUSION

### I- MARCO TEÓRICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL EN UNA EMPRESA PRIVADA:

El Balance Social es una herramienta de medición que permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir cuantitativa y cualitativamente la gestión social de cualquier organización dentro del marco de la Responsabilidad Social. (Judith Colina, 2008)

#### ▪ **Resolución Técnica N° 36 (FACPCE 2011)**

Esta norma no exige la presentación obligatoria del balance social ante determinado tipo de ente. La letra de la norma expresa claramente que el balance social podrá presentarse a terceros con o sin fines de lucro, sin especificar o discriminar ningún tipo de ente.

Es decir que la presentación del balance social no es obligatoria para todas las empresas, sino que su preparación es opcional. Los entes pueden optar por la elaboración del balance social, y en caso de hacerlo deben aplicar las disposiciones de la RT 36.

La norma expresa que 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. (FACPCE, 2012)

La emisión de un Balance Social implica la preparación y presentación del **Estado de valor económico generado y distribuido (EVEGyD)**, éste se compone de dos partes: por un lado la

determinación del valor económico, y por el otro, su distribución. En términos generales, en la determinación se expone el valor económico generado por la entidad, resultante de considerar la diferencia entre los ingresos y los insumos adquiridos a terceros; y en la distribución se muestra como se reparte ese valor agregado entre los diversos grupos sociales que participaron de su generación (personal, directivos, estado, terceros, propietarios, etc.) en un período determinado.

De acuerdo al Anexo I de la RT 36, los importes de las partidas que componen el balance social deberán presentarse en forma comparativa con los valores del ejercicio anterior.

Por otro lado, la norma especifica que el período por el cual se emita el balance social deberá coincidir con el período al que se refieren los estados contables. En efecto, cuando al finalizar cada ejercicio comercial se confeccionen los estados contables, también deberá prepararse el balance social.

Finalmente, la RT 36 es aplicable para los ejercicios iniciados a partir del 01/01/2013, no obstante, se permitió su aplicación anticipada a partir de los ejercicios iniciados desde el 01/01/2012. (FACPCE, 2012)

- **Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (2011)**

Los contenidos básicos de la Memoria de Sustentabilidad se encuentran delineados por la Guía para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI), ésta es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de compañías que deseaban evaluar su desempeño económico,

ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

La guía señala que la información expuesta deberá referirse a tres dimensiones: económica, ambiental y social; y que la memoria debe elaborarse teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de la organización como los intereses de sus grupos de interés. Según su texto existen tres tipos de información cuyas características se señalan seguidamente:

#### 1- Estrategia y perfil

Se refiere a información respecto del contexto general para comprender el desempeño de la organización, su estrategia, su perfil y su gobierno.

##### - Estrategia y análisis:

Otorga una visión estratégica de alto nivel de la organización con respecto a la sostenibilidad. Tiene como finalidad proporcionar conocimientos avanzados sobre asuntos estratégicos.

##### - Perfil de la organización:

Se deberá indicar denominación o razón social, principales marcas, productos y/o servicios, estructura operativa, localización de la sede principal, países en los que opera la organización, naturaleza de la propiedad y forma jurídica, dimensiones de la entidad informante, cambios significativos ocurridos durante el ejercicio (en cuanto a tamaño, estructura, propiedad), premios y distinciones recibidas durante el periodo, etc.

##### - Parámetros de la memoria:

- Perfil: comprende período (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario); fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere); ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.); punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.
  - Alcance y cobertura: entre otros, se refiere a la determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos incluidos en la memoria, identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.
  - Índice de contenido del GRI: se trata de una tabla que indica la localización de los contenidos básicos identificándolos con los números de página o sitios web donde se puede encontrar la siguiente información: Estrategia y análisis, Perfil de la organización, Parámetros de la memoria, Gobierno, compromisos y participación, Informe sobre el enfoque de dirección por dimensiones, Principales indicadores del desempeño, Indicadores adicionales del GRI que se hayan incluido e Indicadores de suplementos sectoriales del GRI que se hayan incluido en la memoria.
  - Verificación: política y práctica actual relacionada con la verificación externa de la memoria.
- Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés:
- 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.
  - Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicadores al máximo órgano de gobierno.



- Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.
  - Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.
- Compromisos con iniciativas externas:
- Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.
  - Principales asociaciones a las que pertenezca.
- Participación de los grupos de interés:
- Procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el período que cubre la memoria.

## 2- Enfoque de la Dirección o de Gestión

Esta información se relaciona con el modo en que la organización gestiona determinados aspectos para proporcionar un contexto y lograr la comprensión del desempeño en un área concreta. En este sentido se organiza en tres dimensiones:

- Económica: 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.
- Ambiental: 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.

- Social: está relacionada con los impactos de las actividades de una organización en los niveles sociales en los que opera. Los indicadores de esta categoría se dividen a su vez en: aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos.

El enfoque de la dirección o de gestión está orientado a brindar una visión concisa sobre la forma en la que la organización gestiona los aspectos definidos en cada una de las categorías de los indicadores de desempeño con el fin de poder contextualizar la información específica que los mismos brindan. Es decir, en tanto la “estrategia y análisis” se refiere a “una visión estratégica de alto nivel” constitutiva de una plataforma para el posterior suministro de información más detallada, el “enfoque de gestión” constituye el apartado en el cual el nivel de información más detallada resulta exteriorizado.

Esta información debe abordar todos los aspectos asociados con cada categoría de indicadores con independencia del formato o modo de agrupamiento que el ente emisor efectúe.

### 3- Indicadores de desempeño

Facilitan la comparabilidad de la información sobre el desempeño económico, medioambiental y social de una organización.

- Indicadores de desempeño económico:
  - Flujo de capital entre los diferentes grupos de interés.
  - Principales impactos económicos de la organización sobre el conjunto de la sociedad.
- Indicadores de desempeño ambiental:

- Cubren el desempeño en relación con los flujos de entrada (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos).
  - Incluyen la 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.
- Indicadores de desempeño social:
- Prácticas laborales y de trabajo digno: empleo, relación empresa-trabajadores, salud y seguridad en el trabajo, formación y educación, igualdad y diversidad de oportunidades, igualdad de retribución entre mujeres y hombres.
  - Derechos humanos: exigen que las organizaciones informen en qué medida se han implantado procesos, acerca de incidentes en los que se han violado derechos humanos y acerca de los cambios en la capacidad de los grupos de interés de disfrutar y ejercer sus derechos humanos que se hayan producido durante el periodo sobre el que se informa. Se incluyen la no discriminación, igualdad de sexos, libertad de asociación, convenios colectivos, explotación infantil, trabajos forzados y obligatorios, y derechos de los indígenas.
  - Sociedad: se focalizan en los impactos que las organizaciones tienen en las comunidades locales en las que operan y aclaran como 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: se abordan aquellos aspectos de los productos y servicios que afectan directamente a los consumidores, como la salud y seguridad, la información y el etiquetado, o el marketing y la protección de datos.

A su vez los indicadores se clasifican en:

- Principales: se consideran materiales y aplicables para la mayoría de las organizaciones. Por lo tanto, se informará sobre ellos a menos que no sean considerados materiales en función de los principios de la elaboración de la memoria.
- Adicionales: comprenden aspectos que pueden resultar materiales para algunas organizaciones y para otras no. (Initiative, 2000 - 2011)

Por otra parte, se debe detallar en qué medida la organización ha aplicado la Guía. A tales efectos se incluye una matriz de los niveles de aplicación del GRI, para exponer qué nivel se ha declarado y quien ha realizado la evaluación.

## **II- ETAPAS DEFINIDAS POR EL IARSE PARA LA PREPARACIÓN Y EMISIÓN DE UN BALANCE SOCIAL**

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Empresaria (IARSE) es una organización privada sin fines de lucro, con sede en la ciudad de Córdoba, que trabaja en materia de RSE con alcance nacional, su misión es “Generar conocimiento público para promover y difundir el concepto y la práctica de la RSE, como forma de contribuir al desarrollo sustentable de Argentina y la región”. (www.iarse.org, 2014)

Para esto plantea a la Responsabilidad Social y la Sustentabilidad como un modelo de gestión para empresas comprometidas en crear valor, y diseñó el Programa Pro Equidad con el objetivo de que más de 140 empresas lleguen a elaborar su propio Balance Social.

Los principales objetivos del Programa Pro Equidad son:

- Sensibilizar y motivar, para difundir el concepto y promover la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE)
- Recopilar, procesar y difundir información significativa sobre RSE
- Detectar, relevar, clasificar y difundir casos nacionales de buenas prácticas de RSE
- Identificar, formar y acompañar liderazgos que impulsen el concepto y la práctica de la RSE
- Promover y fortalecer la formación de una Red Nacional por la RSE

Para el cumplimiento efectivo de estos objetivos, el IARSE desarrolla las siguientes actividades:

- Seminarios, Conferencias, Cursos y Talleres
- Centro de Documentación; Página Web y Boletín Electrónico
- Eventos Anuales y Seminarios Itinerantes
- Conformación de una Red Nacional de RSE. ([www.iarse.org](http://www.iarse.org), 2014)

La empresa objeto del presente trabajo se planteó dos objetivos al participar de este proyecto:

- Obtener una foto de cuál es la situación de la empresa en relación a la sustentabilidad
- Elaborar un plan anual de sustentabilidad

Durante el desarrollo del Programa la empresa participó de 3 actividades:

- Taller conceptual de sustentabilidad.
- Taller de Indicadores de RS y auto-diagnóstico.
- Elaboración del Plan Anual de RS.

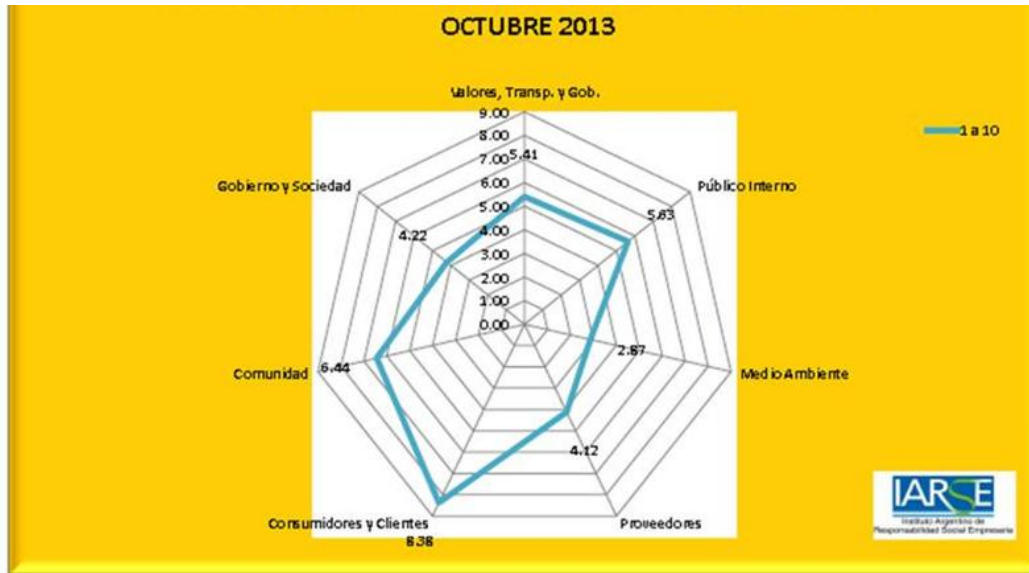
Esta empresa involucró en el proyecto a un equipo de 25 colaboradores integrado por directores, subdirectores, gerentes y jefes.

Como primer paso la Compañía, en el marco de su Proyecto de Sustentabilidad y asesorada por el IARSE, realizó un auto-diagnóstico del cual surgió lo siguiente:

## RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTODIAGNÓSTICO DE RSE INDICADORES PLARSE - IARSE/ETHOS 2.0

	<b>Dimensiones</b>	<b>Valor: 1 a 10</b>
1	<b>Valores, Transp. y Gob.</b>	<b>5.41</b>
2	<b>Público Interno</b>	<b>5.63</b>
3	<b>Medio Ambiente</b>	<b>2.87</b>
4	<b>Proveedores</b>	<b>4.12</b>
5	<b>Consumidores y Clientes</b>	<b>8.38</b>
6	<b>Comunidad</b>	<b>6.44</b>
7	<b>Gobierno y Sociedad</b>	<b>4.22</b>
	<b>Suma</b>	<b>37</b>
	<b>Sobre un máximo de 70</b>	<b>53%</b>

Datos registrados y tabulados por IARSE.



Luego, los lineamientos del IARSE para continuar con el trabajo fueron los siguientes:

Para la creación de valor ético cultural, económico, social y ambiental desde el negocio mismo, lo primero que debe hacerse es identificar a los diferentes “públicos de interés” o “partes interesadas”. Estos se definen como “Personas o grupos que puedan afectar o ser afectados por la organización”, y en líneas generales se dividen en:

- Grupo 1: Accionistas, Inversores, Directorio, Gerencias Operativas, Áreas de Servicios, Sucesores.
- Grupo 2: Consumidores, Administrativos, Operarios, Clientes, Proveedores críticos, Comunidades, Gobiernos, Competidores, Medios, Analistas, ONG´s, Distribuidores, Sindicatos, Formadores de opinión, Entes de Control, Empleados, Técnicos, Gremio, Entes educativos

Para construir su Mapa de Grupos de Interés la organización debió realizarse las siguientes preguntas:

- Quiénes son nuestros públicos estratégicos?
- Qué aportan a la sustentabilidad de la empresa?
- Qué esperan en materia de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (RS&S) (expectativa + oportunidad)?
- Cómo les respondemos desde la RS&S?
- Qué valor se genera en materia de RS&S?



Al realizar el análisis la empresa tuvo en cuenta 5 perspectivas, y llegó a la siguiente conclusión:

- ACCIONISTAS. Aportan CAPITAL a la organización y se llevan GANANCIAS. Bajo el enfoque de RS&S se genera un compromiso con el buen desempeño.
- COMUNIDAD. Aportan a la organización LICENCIAS PARA OPERAR y toman de ésta OPORTUNIDADES DE PROGRESO. En RS&S se crea un compromiso con el progreso y la equidad social.
- CLIENTES. Aportan INGRESOS y obtienen PRODUCTOS Y SERVICIOS. En RS&S se genera un compromiso con la ética comercial y la eficiencia en el servicio.
- EMPLEADOS. Aportan CAPITAL SOCIAL y se llevan REMUNERACIÓN.
- PROVEEDORES. Aportan PRODUCTOS Y SERVICIOS y se llevan VINCULOS COMERCIALES DURADEROS. En RS&S se genera un compromiso con la construcción de lazos sólidos.

Los públicos de interés propuestos por los 4 grupos de trabajo que formaron parte del Programa fueron:

- 1- Clientes Titulares
- 2- Comercios Amigos
- 3- Colaboradores
- 4- Proveedores
- 5- Comunidad
- 6- Accionistas
- 7- Medio Ambiente

- 8- Prensa – Medios
- 9- Competencia
- 10- Gobierno
- 11- Inversores
- 12- Cámaras
- 13- Sindicatos
- 14- Entes Reguladores

En función a la repetición y valoración que los grupos de trabajo le asignaron a cada público, a la visión de la Dirección y al asesoramiento del IARSE, se definieron que los grupos de interés de la Empresa son:

- 1- CLIENTES TITULARES
- 2- COMERCIOS AMIGOS
- 3- COLABORADORES
- 4- PROVEEDORES
- 5- COMUNIDAD
- 6- MEDIO AMBIENTE
- 7- ACCIONISTAS

Para la definición de estos se realizó adicionalmente una comparación con empresas relacionadas y con competidores.

Luego, se realizó la definición de objetivos generales y específicos para cada público:

▪ **CLIENTES TITULARES:**

- Objetivo general: Brindar servicios financieros orientados al consumo con Calidad con Calidez a través de una gestión basada en procesos sostenibles.
- Objetivos específicos:
  - Mejorar la calidad de vida de los clientes mediante el acceso responsable al crédito.
  - Generar mayor transparencia y confiabilidad potenciando la comunicación y relación con los clientes a través de distintos canales.
  - Promover el cuidado del medio ambiente involucrando a los clientes en la participación de propuestas o programas que la empresa genere.
  - Reconocer la trayectoria responsable de nuestros clientes a través de programas o productos diferenciales.

▪ **COMERCIOS AMIGOS:**

- Objetivo general: Promover estrategias en torno a un mayor compromiso compartido de los Comercios con la sustentabilidad.
- Objetivos específicos:
  - Incrementar los niveles de participación y compromiso de nuestros Comercios Amigos en actividades de RS a través de la aplicación de programas.
  - Ofrecer a los Comercios Amigos actividades de formación en RS.

▪ **COLABORADORES:**

- Objetivo general: Ser el mejor lugar para trabajar y para desarrollarse como persona en un contexto de compromiso con la sustentabilidad.
- Objetivos específicos:
  - Incrementar la participación y el compromiso de los colaboradores en actividades de RSE a través de un plan que cuente con diversas actividades y focos de participación.
  - Mejorar los beneficios ofrecidos al público interno a través de un programa que incluya los distintos intereses.
  - Mejorar el equilibrio vida/trabajo a través de acciones puntuales con los públicos más afectados.
  - Potenciar la comunicación dirigida a los Colaboradores de las acciones de RS que se llevan a cabo a través de un plan de comunicación efectivo e innovador.
- **PROVEEDORES:**
  - Objetivo general: Promover la gestión sustentable en toda la cadena de valor.
  - Objetivos específicos:
    - Mapear a los proveedores críticos y no críticos del negocio a través de criterios de impacto ambiental, imagen social y RS.
    - Definir y comunicar a los proveedores cuáles son los temas o indicadores de RS que se van a tener en cuenta a futuro a través de un plan de comunicación que incluya los pliegos, contratos, reuniones en función a criterios previamente definidos.
    - Ofrecer a los proveedores actividades de formación en RS.

- Incentivar a los proveedores a colaborar en acciones de RS a través de propuestas realizadas por la empresa.
- Mejorar la evaluación actual de proveedores a través de la incorporación de indicadores de RS con el fin de encontrar oportunidades de mejora.
  
- **COMUNIDAD:**
  - Objetivo general: Generar un impacto positivo en las comunidades a través de programas sostenidos y de calidad.
  - Objetivos específicos:
    - Mejorar las condiciones de vida de los niños a través de programas dirigidos a alimentación, educación y salud.
    - Favorecer la transición del ámbito educativo al laboral, en alianza con distintas instituciones educativas y organizaciones del estado a través de la implementación de programas destinados a tal fin.
    - Fomentar la participación de nuestros clientes en la generación de recursos con el fin de fortalecer el trabajo de las distintas organizaciones de bien público adheridas al programa de Aporte Solidario.
    - Fomentar la inclusión laboral de personas con discapacidad y de sectores vulnerables a través de la incorporación a la organización y la difusión en el medio empresarial para contagiar la experiencia.
    - Crear conciencia medio ambiental a través de la difusión de buenas prácticas internas y externas con el fin de minimizar el impacto ambiental.

- Promover actividades culturales en las distintas comunidades donde nos insertamos a través del apoyo a diversas iniciativas y propuestas impulsadas por la empresa.

▪ **MEDIO AMBIENTE:**

- Objetivo general: Impulsar el desarrollo de un negocio sustentable a largo plazo minimizando el impacto de la operatoria e integrando la gestión ambiental en todos los procesos de la empresa, pensando siempre en el legado a las generaciones futuras.
- Objetivos específicos:
  - Disminuir el impacto directo e indirecto originado por nuestra actividad aumentando el desempeño medio ambiental más allá del cumplimiento legal, a través de la implementación de mediciones y programas.
  - Promover la toma de conciencia en el público interno y externo sobre la importancia de la preservación del ambiente.

▪ **ACCIONISTAS:**

- Objetivo general: Lograr el resultado económico requerido garantizando una gestión comprometida con el impacto social, ético y ambiental.
- Objetivos específicos:
  - Operar con la máxima transparencia, creando confianza y credibilidad.
  - Mantener prudencia en la gestión del riesgo.
  - Reportar a través de un informe de Sustentabilidad de cuádruple valor.

La etapa siguiente consiste en asignarles metas e indicadores a cada uno de estos objetivos. Esto aun no fue realizado por la empresa, se encuentra en vías de desarrollo.

### **III- DEFINICIONES ESTABLECIDAS POR EL GRI Y LA NORMA ISO 26000 PARA EL ARMADO Y EMISIÓN DEL BALANCE SOCIAL Y MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**

En este punto se analizará cómo se relacionan las orientaciones de Responsabilidad Social (RS) de la norma ISO 26000 con las orientaciones proporcionadas por el GRI para la emisión de reportes. Particularmente, el objetivo es que las empresas sigan las orientaciones del GRI al elaborar sus reportes y comprendan cómo los aspectos e indicadores del GRI están relacionados con los capítulos de la norma ISO 26000.

Las orientaciones de ISO enfatizan el valor que tiene reportar públicamente el desempeño de la RS de las empresas frente a las partes interesadas, tanto internas como externas; como son los empleados, la comunidad, inversionistas y entes reguladores. Esto se encuentra alineado con la misión del GRI de hacer públicas las prácticas comunes de desempeño económico, ambiental y social. Aunque la norma ISO 26000 no ofrece orientaciones para reportar el desempeño en RS, su contenido cubre una gama de temas muy similares a las orientaciones de los Reportes GRI. De este modo, las orientaciones de ISO proporcionan una estructura para que las compañías organicen sus actividades, lo cual puede influir en su proceso de reporte.

Utilizando la estructura del GRI, en conjunto con las nuevas orientaciones ISO, los encargados de reportar obtienen un conjunto práctico de herramientas para medir y reportar sobre sus políticas y prácticas de responsabilidad social. La siguiente guía es de gran utilidad en este sentido.

## GUÍA PARA EL PROCESO DE REPORTE ISO Y GRI. PASOS A SEGUIR

### 1. Determinar los temas a reportar

#### - Inclusividad de las Partes Interesadas y Materialidad

La ISO 26000 reconoce que para ser más creíbles, los reportes de RS no sólo deberían responder a las preocupaciones de las partes interesadas, sino que también deberían abordar “asuntos relevantes y significativos” de la organización. Las orientaciones del GRI toman un enfoque similar bajo el principio de “Materialidad” de los reportes. De acuerdo a ellas, los asuntos son materiales si suponen impactos económicos, ambientales o sociales, o si influyen sustancialmente en las evaluaciones y decisiones de las partes interesadas. Las orientaciones del GRI proporcionan pruebas útiles que pueden ayudar a los encargados de reportar a decidir si un asunto es material o no.

Además, las orientaciones del GRI ofrecen consejos sobre el involucramiento de las partes interesadas en el proceso de reporte, bajo el principio de “Inclusión de las partes interesadas”.

#### - Contexto de Sostenibilidad y Exhaustividad

La guía ISO 26000 plantea que los reportes de RS deberían “presentar el desempeño operacional de la organización en el contexto del desarrollo sostenible”. El GRI ofrece una explicación más



detallada de esto, bajo el principio de “Contexto de Sostenibilidad”. Al mismo tiempo, la ISO 26000 hace un llamado para que los reportes presenten un “panorama completo del desempeño de la organización en materia de responsabilidad social” y el principio de “Integridad” del GRI da sentido a eso.

## 2. Identificar los Indicadores de Desempeño y Otra Información Específica

La Norma ISO 26000 indica que se deben comunicar los objetivos, los logros y las deficiencias en RS. Esto es consecuente con la información del GRI sobre el perfil y sobre el Enfoque de Gestión, los cuales preguntan por información frente a los objetivos y el desempeño, los éxitos y las deficiencias y otra información contextual.

La ISO 26000 establece que para que un reporte sea más creíble, debe cubrir el desempeño en RS de la organización frente a sus objetivos, y plantea que uno de los métodos más comunes para medir el desempeño son los indicadores. Éstos requieren información cualitativa o cuantitativa específica sobre los resultados de desempeño de la organización o resultados asociados con la organización que sean generalmente comparables y que demuestren cambios a través del tiempo. Sin embargo, esta norma no proporciona orientaciones en cuanto a indicadores específicos.

En cambio, el GRI si ofrece indicadores específicos ampliamente utilizados en una serie de temas económicos, sociales y ambientales.

## 3. Asegurar la Calidad de la Información Reportada

La ISO 26000 explica brevemente que los Reportes de RS y otras comunicaciones deben ser comprensibles, precisas, equilibradas, transparentes, periódicas y comparables. El GRI va más allá,

proporcionando orientación más específica sobre los principios de claridad, precisión, equilibrio, periodicidad y comparabilidad, y también agrega el principio de confiabilidad. Todos estos principios ayudan a garantizar la calidad de la información reportada.

La ISO 26000 señala que la credibilidad de los reportes y de otras comunicaciones en torno a la RS se puede incrementar mediante la verificación o certificación de una tercera parte, aunque no proporciona el mismo tipo o grado de orientación sobre el tema como lo hace el GRI en sus orientaciones del G3.

## CONCLUSIONES

El patrimonio de las empresas es una estructura dinámica que comprende tanto aspectos económicos y financieros, como aspectos culturales, naturales y ambientales.

La supervivencia de cualquier empresa depende de la interacción exitosa con los elementos ambientales que la rodean. Para medir esto las empresas deben contar con un nuevo instrumento, complementario al de valoración de sus objetivos económicos, representado por el Balance Social, que mide la repercusión social del accionar empresarial.

El Balance Social permite tomar decisiones a partir de información no sólo económico-financiera, sino también social, ya que incluye diversas variables relacionadas con el comportamiento de la organización dentro del sistema social en el cual está inmersa.

La instrumentación del Balance Social en las organizaciones en general, se constituye como una excelente herramienta en la búsqueda del difícil equilibrio entre una gestión económicamente viable y socialmente responsable.

Es importante tener en cuenta las diferentes características de las organizaciones en cuanto a: razón social, sector al que pertenecen, entorno donde se desempeñan, entre otras, para diseñar un modelo de indicadores específicos dirigido a interpretar la realidad organizacional a evaluar.

El Balance Social es considerado un complemento del Balance Financiero, permitiendo a la organización obtener más información sobre su desempeño e impacto.

Al analizar el reporte que debería elaborar una empresa prestadora de servicios financieros se advierte que su enfoque a cerca de su desempeño económico debería incluir una explicación acerca

de la estrategia de inversión en la comunidad junto con los datos cuantitativos proporcionados relacionados con esta inversión. Esto debería identificar elementos de estrategia relacionados a:

- Objetivos de negocio para la acción social a través de cada tipo de acción social;
- Los beneficios esperados para el destinatario y el propio negocio;
- Resultados deseados/esperados de la actividad de acción social;
- Cómo se identifican y gestionan las actividades de acción social;
- Cómo se calcula el desempeño y el valor monetario.

En la actualidad se observa que cada vez más empresas elaboran y difunden sus Balances Sociales y los ponen al alcance de toda la comunidad para que ésta esté al tanto de las actividades que se realizan en pos de la Sostenibilidad y el Desarrollo.

## Bibliografía

FACPCE. (30 de 11 de 2012). *www.facpce.org.ar*. Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.facpce.org.ar*.

Initiative, G. R. (2000 - 2011). *www.globalreporting.org*. Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.globalreporting.org*: <http://www.globalreporting.org>

Judith Colina, A. S. (8 de 12 de 2008). *www.redalyc.org*. Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.redalyc.org*: <http://www.redalyc.org/>

*www.globalreporting.org*. (2000 - 2006). Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.globalreporting.org*: <https://www.globalreporting.org>

*www.iarse.org*. (s.f.). Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.iarse.org*: <http://www.iarse.org/>

*www.iso.org*. (s.f.). Recuperado el 20 de 6 de 2014, de *www.iso.org*: <http://www.iso.org/iso/iso26000>