

CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Marcelo Di Ciano¹

Resumen

Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX. Con la globalización se sucedieron cambios políticos, económicos y sociales en todo el mundo. Estos aspectos también influenciaron en la aparición de la Responsabilidad Social Empresarial.

Desde el punto de vista de la sociedad, surge una nueva postura muy firme y por la cual se reclama el respeto por los Derechos Humanos, los derechos de los trabajadores, la protección del medio ambiente, la solidaridad y la transparencia en la información emitida por las organizaciones.

Estas necesidades aparecen como consecuencia de los perjuicios ocurridos en empresas relevantes del mundo: mala gestión de recursos no renovables perjudicando a las próximas generaciones, irregularidades en la información transmitida, malos negocios e inversiones, etc.

Se produjo un mayor protagonismo de los consumidores y del mercado. “En esta era los productos y sus responsables, son sujetos a un control exhaustivo continuo en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia.”

¹ Profesor Adjunto Universidad de Buenos Aires - CBC de Economía, Microeconomía, Macroeconomía y Política Económica, Cálculo Financiero, Análisis Económico y Financiero, Seminario de Integración y Aplicación.

Desde el punto de vista de la empresa, “se pasó de la etapa de la "empresa autista" de Friedman, a la de la filantropía activa, pero ya está en pleno desarrollo una tercera: la de la Responsabilidad social empresarial” Esto quiere decir que ya no se rinden cuentas únicamente a los accionistas de las empresas, ni tampoco se persigue como fin último, la maximización de utilidades por sobre todas las cosas. Hoy, una empresa puede estar mejor posicionada, si puede mostrar que su gestión es apropiada y que se involucra en los aspectos sociales. Si las organizaciones consiguen mostrar su lado humano, ello incide en sus acciones. Éstas bajan o suben según la RSE. Son más competitivas las empresas con Responsabilidad Social Empresaria e Individual, tanto en los mercados nacionales como internacionales.

Abstract

CSR's background goes back to the nineteenth century. With globalization, political, economic and social changes happened throughout the world. These aspects also influenced the emergence of Corporate Social Responsibility.

From the point of view of society, there is a new and very firm stance which calls for respect for human rights, workers rights, environmental protection, solidarity and transparency in the information issued by organizations.

These needs arise as a consequence of the damage occurred in relevant companies in the world: poor management of nonrenewable resources harming future generations, irregularities in the information transmitted, bad deals and investments, etc.

There was a greater involvement of consumers and the market. "In this era, the products are subject to a comprehensive continuous control based on values that go beyond the quality and efficiency."

From the point of view of the company, "it went from the stage of Friedman's 'autistic enterprise' to the active philanthropy stage, but there is a third one in development: that of corporate social responsibility" This means that shareholders of companies are no longer the ones to give account to, neither the ultimate goal is to pursue profit maximization above all else. Today, a company may be better positioned if it can show that is properly managed and gets involved in social issues.

If organizations get to show their human side, it affects their actions. They go down or up according to the CSR. Companies with Corporate Social and Individual Responsibility are more competitive in domestic and international markets.

Palabras clave

Libertad, solidaridad, responsabilidad, creatividad

Keywords

Freedom, solidarity, responsibility, creativity

Introducción

La finalidad de este trabajo de investigación, es profundizar en un tema que está marcando una tendencia significativa en la vida de las empresas, como así también en la sociedad.

En las últimas décadas, han sucedido alteraciones en el desarrollo, crecimiento y organización de los países, por causa de cambios culturales, ambientales, políticos, económicos y sociales. Esto generó que las empresas dejaran de tener un papel estático para pasar a tener un rol dinámico y activo en los intereses sociales. De esta manera, su prioridad ya no es la de maximizar beneficios y utilidades, minimizando costos, sino que buscan un mejor posicionamiento de las empresas, favorecer la imagen y su reputación, atendiendo a las necesidades del entorno y llevando a cabo programas de acción social.

Al hablar de Responsabilidad Social Empresarial e Individual, no se apunta únicamente a la relación y al impacto de la empresa en la sociedad. También se vincula a cómo se ve afectada la empresa por las expectativas sociales y la sociedad en sí misma. Por otra parte, además del impacto actual, la preocupación también está dirigida a generaciones futuras. El bienestar de éstas últimas dependerá de la capacidad estratégica de cada compañía y sus prioridades.

El tema podrá ser abordado desde diferentes puntos de vista: el impacto ambiental; financieramente, relacionándolo con las nuevas formas de inversión; las relaciones laborales entre trabajadores y empleadores; desde la ética y la moral, la política, la sociología, la economía etc.

Se analizará también, cómo se deja plasmada cada una de las actividades que tienden al bienestar social. Las formas de emitir la información para los diferentes usuarios, ya sean internos (integrantes de la sociedad: accionistas) o externos (el gobierno en sus diferentes niveles, inversores potenciales, etc.). A su vez, el proceso de informar está íntimamente relacionado con controles exigentes y continuos, en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia. Un papel fundamental es adoptado por los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, quiénes tienen la responsabilidad de asesorar y guiar a las empresas en estos nuevos cursos de acción.

Se podrán enumerar ejemplos de aquellas empresas que ya están implementando políticas y estrategias sociales a través de fundaciones y campañas.

Resumiendo, se puede calificar a la Responsabilidad Social Empresaria e Individual como un instrumento con el cual se persigue como fin último, la creación de riqueza de la manera más eficaz posible, respetando los Derechos Humanos, el cuidado del medio ambiente y cumpliendo con las leyes, reglamentos, normas y costumbres. Es un compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

Prefacio

Hay diversas definiciones que intentan explicar cuál es el significado de la Responsabilidad Social Empresaria e Individual como concepto. Si bien todas ellas se orientan hacia una conclusión en común, dependerá del país o región en que esté inmersa la empresa o el contexto en el que se desempeñe, para poder hacer un análisis más fino sobre este tema.

Básicamente, se puede definir a la RSE como la forma que tiene la empresa para vincular sus actividades comerciales con valores socialmente aceptados. Se trata de gestionar el negocio teniendo como pilares fundamentales: la ética, la responsabilidad, el compromiso por el bienestar social y ambiental (tanto presente como futuro), el interés por contribuir al desarrollo económico y la transparencia hacia los consumidores.

El término “responsabilidad” está íntimamente relacionado con los términos “acción” y “omisión”. Esto quiere decir que, para que la empresa adquiriera una actitud de responsabilidad, debió llevar a cabo acciones por las cuales se debe responsabilizar, u omitió dichos actos y esto hace que también deba responder por sus faltas.

Las empresas continuamente tienen que rendir cuentas por sus actos, ya sea ante sus propios integrantes (directorios, socios, accionistas, etc.) o ante organismos de contralor, como por ejemplo el Fisco o la Inspección General de Justicia. Lo hacen a través de los informes contables y cumpliendo con las leyes y normas vigentes en el país. Pero otra manera de rendir cuentas, es a la

sociedad en sí misma, respondiendo a los reclamos sociales y basándose en la moral y las buenas costumbres. Esto significa que hay cuestiones que exceden a los imperativos establecidos por las leyes, ya que muchas veces estas últimas no están actualizadas y no se adaptan a los cambios tecnológicos por ejemplo. En estos casos, las empresas tienden a autorregularse y se guían por principios éticos generales.

Como se dijo anteriormente, es muy importante tener en cuenta el país o región en donde se desarrolla cada empresa para poder determinar cuáles son las prioridades de la sociedad. En algunos países se les da importancia a las relaciones laborales entre el empleador y los trabajadores, en otros lugares el objetivo es enfrentar las crisis económicas y los países más desarrollados se orientan hacia la cultura, el arte y a la satisfacción de necesidades más elevadas. Dado que también existe una conciencia ecológica mayor, el cuidado del ambiente es prioritario.

Por último, cabe mencionar que para poder acercarnos al concepto de Responsabilidad Social Empresaria e Individual, se debe entender la idea de CAPITAL SOCIAL; éste es *“la capacidad intrínseca de los individuos para trabajar junto con otros, en grupos u organizaciones, con el propósito de alcanzar objetivos y metas que tengan como fin el bien común”*. Una compañía no contribuye al bien común si contamina, tiene malas relaciones laborales y extra laborales, no cumple con sus obligaciones legales y fiscales, etc. En cambio, sucede todo lo contrario, cuando la empresa orienta su curso de acción buscando un mejoramiento de la comunidad.

Teorías que abordan el tema

La Responsabilidad Social Empresarial e Individual implica una interacción entre la empresa y el medio en que desarrolla sus actividades. La empresa es considerada como un actor social, con objetivos múltiples, interrelacionados e interactuando con otros actores sociales. Existen varias teorías que aluden a esta interacción para explicar el cumplimiento de las Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación se hace mención de las mismas:

Teoría de la legitimación:

Esta teoría se basa en la idea de que las conductas que tenga una entidad serán apropiadas o inapropiadas según los valores y creencias que estén arraigados en la sociedad donde está inmersa.

Como se desarrolló en el apartado anterior, los valores no son uniformes en todo el mundo y esto hace que en diferentes países y regiones se les dé prioridad a cuestiones distintas entre sí.

Teoría de los stakeholders y Teoría de los stockholders. Diferencia:

La teoría de los stakeholders (propuesto por Friedman), considera los intereses de los grupos de personas que pudieran tener interés en la empresa y de los que la empresa depende para su supervivencia. Entre ellos están los accionistas, los

empleados, los clientes, los proveedores, las corporaciones públicas, el estado etc.

En cambio, la teoría de los stockholders considera, únicamente, los intereses de los individuos con dinero y con posibilidad de invertir, estos son los accionistas.

Con la teoría de los stakeholders se puede ver mucho más clara la relación e interacción antes mencionada entre la conducta de la organización y el impacto en la sociedad.

Teoría filosófica:

Básicamente, esta teoría apunta a la necesidad de una moral *“que sea válida para todas las culturas”*. Esto implica una ética universal.

Teoría económica – teoría de las externalidades:

Se apunta a los impactos que las organizaciones causan en la sociedad y en su desarrollo económico. Los impactos pueden ser positivos o negativos y generalmente no son asumidos por la organización misma.

Teoría psicológica y sociológica:

En este caso, se le da importancia a la emisión de información contable sobre el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial e Individual, con la finalidad de satisfacer las necesidades de usuarios y de lograr un efecto dominó, para que las demás empresas imiten esta actitud y realicen balances sociales con este tipo de información.

Componentes:

Se puede decir que la Responsabilidad Social Empresarial e Individual tiene muchos componentes, pero generalmente los más reconocidos son:

El medio ambiente:

La responsabilidad ambiental, es el conjunto de tareas que llevan a cabo las empresas para solucionar los impactos que ellas mismas producen en la naturaleza.

Principalmente, se orientan a hacer un uso medido de los recursos naturales, sobretodo, de aquellos que no son renovables. Emprenden tareas de reciclado, ya sea de materiales como de energía. Esto implica también, un mejor aprovechamiento, tratando de no derrocharlos, maximizando la eficiencia de cada material o insumo y minimizando las prácticas que conducen a la generación de desechos tóxicos y contaminación del agua y del aire en general.

Todas estas acciones tendientes a mejorar el medio ambiente, tienen una visión a futuro, para las próximas generaciones.

Los derechos laborales:

Existe una tendencia a mejorar las relaciones entre los empleados y los empleadores y las condiciones de trabajo.

Se les reconocen derechos a los trabajadores para que puedan asociarse, defender y reclamar por un convenio colectivo de trabajo digno.

Por otra parte, es fundamental que se termine con la “esclavitud”, ya que a pesar del paso del tiempo, aún persisten formas de trabajo forzoso que se asemejan a esta forma de trabajo; con el trabajo infantil, el trabajo precario, el subempleo y con la discriminación.

Las empresas tienen la posibilidad de crear puestos de trabajo, en donde las personas realicen sus tareas en condiciones dignas, seguras y con salarios que les permitan una vida plena. Se dio origen a procesos relacionales donde se destaca el trabajo conjunto entre la empresa, negocio) con los empleados, sus familias, las comunidades locales y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida garantizando la de las generaciones futuras.

Más allá de que esto parezca una utopía, en los últimos tiempos se le ha dado gran importancia a las condiciones en que trabajan las personas. Existe la libertad de poder denunciar la violencia laboral, la discriminación y la desigualdad de oportunidades.

A todo esto es lo que se llama TRABAJO DECENTE, y éste debería ser la esencia de las estrategias para lograr el progreso económico y social, y reducir la pobreza.

Derechos humanos:

Está relacionado con los derechos laborales, en principio, evitando la discriminación para que cualquier persona pueda acceder a un puesto de trabajo.

Desde el punto de vista de las inversiones y negocios que realizan las empresas, se deben tratar de hacer con justicia, teniendo en cuenta la dignidad de las personas, y evitando llevar a cabo negocios que puedan perjudicar la vida, la salud y el bienestar de la sociedad. Permitir el desarrollo de las economías emergentes.

Si las empresas nacionales, promueven este tipo de actitudes, se logra que internacionalmente se lleven a cabo las mismas prácticas.

Participación comunitaria:

Este aspecto encuadra todos aquellos programas de acción social que llevan a cabo las organizaciones, por medios de los cuales, tienden a colaborar con los sectores más carenciados.

Las campañas más comunes consisten en donaciones, ya sea de dinero, alimentos, ropa, etc. Generación de empleo a través de obras. Proyectos de comedores y espacios destinados a resguardar a personas muy humildes. Ayuda para escuelas, hospitales, clínicas y fundaciones.

Balance Social:

Este tema será desarrollado en otro apartado, pero brevemente se puede definir al balance social, como la forma que tienen las organizaciones para dar a conocer información cualitativa de su actividad. En este tipo de informes se pueden plasmar aquellos datos relacionados a las actividades de Responsabilidad Social Empresaria. Se trata de balances que abarcan más información y no se limitan a la rentabilidad del negocio expresada en números.

“Reconocer los resultados vinculados con la acción social de la entidad”

Perspectiva desde el punto de vista Político, Legal, Social y Moral.

El Estado cumple un papel fundamental en esta nueva tendencia de Responsabilidad Social Empresarial e Individual. Es importante recordar que una de sus obligaciones es promover el desarrollo de políticas públicas tendientes al bienestar de la sociedad.

Al mismo tiempo, se puede observar cada vez más, que las empresas están interviniendo en esta función del Estado. Las sucesivas privatizaciones, llevaron al sector privado a encargarse de servicios tales como la educación, la salud, la seguridad etc.

Esto no implica una separación de funciones. Por el contrario, el Estado debe apoyar estos emprendimientos que inician las empresas para que logren sus

objetivos benéficos. Se trata de unificar metas y tomar un mismo curso de acción.

Desde el sector público se pueden incentivar las inversiones mediante crédito a aquellas empresas que recién comienzan a operar, gratificando cada logro y concientizando a todos los sectores en cuanto a la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial e Individual.

Desde el sector privado se debería mantener una postura coherente, llevar a cabo efectivamente aquello que fue planteado como meta, cumpliendo con las normativas vigentes y colaborando con el Estado. No utilizar un programa de acción social como pantalla y luego priorizar los beneficios particulares tanto de la compañía como de los accionistas. Comprometerse con el bien social llevando los negocios éticamente.

El fenómeno de Responsabilidad Social Empresarial e Individual se percibe *“como un fenómeno complejo y lo insertan dentro del contexto socioeconómico y político, lo cual les permite destacar el papel de las iniciativas internacionales: declaración de la OECD sobre inversiones internacionales y empresas multinacionales; declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT; pacto mundial de Naciones Unidas; Programa de responsabilidad corporativa del Banco Mundial; Organización internacional de estandarización ISO y Unión Europea.”*

Basándose en esto, se vislumbra una interacción entre empresas privadas; el gobierno; agentes sociales y Organizaciones no Gubernamentales.

Por otra parte, desde el punto de vista legal, existen obligaciones tanto para el Estado como para las empresas.

El Estado, a través del Poder Legislativo, tiene la facultad y la obligación de regular y sancionar las normas necesarias para que no se vulneren los Derechos Humanos, derechos laborales, para que no se atente contra el medio ambiente, etc. Debe establecer los límites dentro de los cuales las empresas pueden desempeñarse, sin invadir las vidas de las personas ni el bienestar social y sin afectar los recursos.

Lógicamente, como contrapartida por parte del sector privado, será necesario que se cumplan esas normas y que se respeten los límites anteriormente mencionados. Esto no significa que el Estado legisla específicamente para que se cumpla con la Responsabilidad Social Empresarial e Individual, sino que por el contrario, la empresa, por el mero hecho de estar inmersa en una sociedad, debe respetar las normas. *“Tiene que ver con la idea de la RSEl como un modo de ser, como una ‘personalidad’ de la empresa.”* De esta manera, nos estaríamos acercando a un escenario de equilibrio.

En tercer lugar, se podría evaluar a la Responsabilidad Social Empresarial e Individual desde el punto de vista social. La sociedad es el tercer agente en esta interacción; se trata de los consumidores.

Los consumidores tienen la última decisión al momento de comprar y elegir los productos que van a consumir. Para que este conjunto de agentes (Estado, empresas y consumidores) funcione adecuadamente, debería comprarle a aquellos productores o empresas que tiene un compromiso asumido con algún programa social o son reconocidos por su espíritu moral. Esto es lo que se denominaría *“Comercio justo”*.

Por último, existe una opinión formada por parte de la Iglesia, quien vincula principalmente a la Responsabilidad Social Empresaria e Individual con la dignidad del ser humano. *“Lo que está en juego es la verdad sobre la dignidad de la persona. Queremos alejarnos de una mirada funcionalista y economicista de la empresa moderna, para llegar al núcleo de su mayor comprensión: la persona como el patrimonio mayor de toda la empresa”*

La empresa es ante todo un grupo humano en donde puede haber superposición de intereses y el aspecto económico juega un rol principal. Lo que la Iglesia intenta aclarar es que la Responsabilidad Social Empresaria e Individual, va más allá de la cuestión material, de aquello que se entrega como producto, del efecto causado o la omisión de daños. Lo que se pone de manifiesto mediante la RSEel, es la dignidad de ese grupo de personas que integran a la compañía. Llevar a cabo actos de beneficio social, le da un sentido diferente a cada función que desempeñan; los dignifica.

Resumiendo, se podría decir que cada sector puede tener una visión más parecida o no a las del resto, con intereses variados, pero si no funcionan en

conjunto es muy difícil que se pueda lograr el fin último de la Responsabilidad Social Empresaria que es el bienestar de la sociedad.

Balance Social.

Como se dijo anteriormente, el Balance Social es un componente de la RSE, que sirve para dar a conocer información cualitativa. Se dejan plasmados aquellos datos relacionados a las actividades de Responsabilidad Social Empresaria e Individual. Se trata de balances que no se limitan a informar la rentabilidad del negocio expresada en números. *“El proceso de comunicar los efectos sociales y ambientales de las acciones económicas de las organizaciones a los grupos de interés y a la sociedad en general”*.

Es necesario que para poder registrar, organizar y transmitir este tipo de información, cada empresa tenga planes de cuenta y manuales de cuentas sociales, a partir de los cuales se pueda interpretar cada dato. También es importante contemplar los requisitos para la información y tener en cuenta principalmente, la relación costo-beneficio, para que los gastos destinados a elaborar estos informes no sean mayores al beneficio que se obtiene. Aquí cumple un papel fundamental el del profesional en Ciencias Económicas, quien se encargará de analizar cada variable y determinará si es conveniente o no el curso de acción que se está tomando. A su vez, será quien analice si se están cumpliendo los objetivos y en qué medida.

Ante todo, el informe deberá dejar en claro el objetivo o los objetivos sociales que persigue la empresa.

Luego se incluirán datos económicos, ambientales o sociales. Estos indicadores se podrán plasmar en forma cuantitativa o cualitativa. Por este motivo, la contabilidad social podrá coincidir con la contabilidad financiera en determinados puntos a tratar.

Se expondrán datos concretos en cuanto a los gastos que se destinen para llevar a cabo diferentes programas de acción social o a cumplir con objetivos sociales; estos pueden ser: por implementación de sistemas de seguridad tanto en las instalaciones como en los procesos productivos; gastos destinados a la capacitación del personal para que se informen sobre los posibles daños que se pueden causar si no se llevan a cabo correctamente las funciones de la empresa, y para que puedan utilizar de manera eficiente los recursos disponibles sin ocasionar desperdicios; inversiones en maquinarias de nuevas tecnologías que no contaminen o que realicen procesos de reciclado y mayor aprovechamiento de recursos; gastos para el cuidado ambiental, etc. También se informarán aquellos gastos que pueden llegar a ocurrir en caso de que sucedan contingencias por riesgos inherentes a la actividad.

Los datos cualitativos, consistirán en describir los aspectos éticos que no pueden ser medidos en números: dar un mensaje claro sobre las estrategias de la empresa, generando confianza en aquellos usuarios de los informes. Mostrar cuán importante es el aspecto social dentro del curso normal de la compañía;

aquí se describirán las características del sistema de seguridad y salud, el bienestar de los empleados en su lugar de trabajo, sus derechos laborales, sus salarios y las condiciones de trabajo en general.

¿Por qué es necesaria esta información?

Luego del caso ENRON, se presta atención y se le da más importancia a la información suministrada por las empresas. En la actualidad, la transparencia y confianza que muestran los gobiernos de las compañías son evaluadas a través de los informes contables sociales. Ya no solo se deben publicar las cuestiones de impacto medioambiental y social, sino que también se pretende que quede reflejada la imagen del gobierno corporativo en cada uno de los balances emitidos. Dentro del grupo de usuarios de los informes sobre RSE (que más adelante se detallarán) los más interesados por la imagen que se muestra del gobierno corporativo, son los usuarios externos: ya sea el gobierno, proveedores, clientes, empleados, inversores, competidores y la sociedad en general. Este conjunto de personas tienen la necesidad de obtener información en cuanto a los valores de la empresa, y esta necesidad es la que debe ser satisfecha por los informes sociales.

Los ojos están puestos principalmente en los informes emitidos por los auditores y por el presidente de la compañía. En esto se observa, nuevamente, que importante es la figura del profesional en Ciencias Económicas. El profesional interviene activamente en la imagen que recibe la gente sobre la empresa y queda íntimamente relacionado a esa imagen. Tal como sucedió en el caso

ENRON, la consultora Andersen fue salpicada por las consecuencias de las maniobras fraudulentas y la falsificación de información en los Estados Contables.

El profesional es quien transparenta al ente ante la comunidad de negocios y la sociedad civil.

Para mostrar la transparencia de la organización y reflejar su confidencialidad, es aconsejable que en las memorias y en los informes en general se muestren datos históricos que sirvan de referencias, datos de la gestión, información sobre cada uno de los accionistas y su participación, sobre las sucursales que posee la empresa en otras partes del mundo, sobre los Directores y sus remuneraciones, las normas internas, etc. Esto complementará todos los datos relacionados al impacto ambiental y social. *“Una descripción de las prácticas adoptadas por la empresa en las que se explicita la decisión de ‘hacer negocios de manera responsable’. Coherencia con la Visión, la Misión, las Estrategias y las Tácticas.”*

En este proceso de informar se genera un desafío: comunicar y generar confianza en la gente. Esa responsabilidad de informar puede ser de manera formal, a través de los documentos y balances; o informal. Una publicidad de la empresa, declaraciones públicas de sus integrantes y las participaciones en la sociedad, también influyen en la creación de la imagen. El desafío implica una capacidad de rendir cuentas, tanto a los usuarios externos (hacia afuera de la empresa), como a los usuarios internos e integrantes (hacia adentro).

Destinatarios e interesados en el balance social.

Los más interesados en los balances sociales son sus emisores y sus usuarios: la gerencia de la empresa por un lado y el gobierno, los organismos de control, los inversores, accionistas, consumidores, proveedores, etc. por el otro.

Existe un compromiso entre los emisores para con los usuarios. Los primeros son los encargados de divulgar la información contable y rendir cuenta sobre la responsabilidad social empresarial.

Los usuarios son el grupo de personas que pueden llegar a resultar afectados por los negocios y las actividades de las organizaciones. Algunos usuarios están vinculados directamente con la empresa y otros un poco menos, pero igualmente resultan alcanzados por sus actos.

Los directores y gerentes, son los que se encuentran más cerca de la información y tienen contacto directo con ella. Este grupo de usuarios también están dedicados a la confección de estrategias, la gestión de la empresa y los negocios.

Los accionistas, acreedores, proveedores, empleados, auditores y clientes tienen un menor acceso a la información. Con alguno de ellos, la empresa interactúa, intercambiando recursos, y con otros, como es el caso de los auditores, la relación se da en el control.

Los usuarios más distantes a la información son los consumidores, ONGs, sindicatos, etc. éstos influyen indirectamente a las organizaciones.

Los emisores, principalmente la gerencia, está encargada de dos funciones importantísimas y que a su vez generan una disyuntiva: por un lado debe procurar que se cumpla con la estrategia de la compañía y alcanzar un alto grado de rentabilidad. Pero por otra parte, tiene el deber moral de cumplir con los objetivos sociales formulados. Muchas veces, esto provoca una superposición de intereses ya que al cumplir con un compromiso social se pueden estar sacrificando ganancias para la empresa.

Los usuarios, al demandar la información sobre RSEl buscan satisfacer una necesidad. Necesitan conocer un poco más sobre la empresa, ya sea para invertir, para consumir, para vender, etc. Buscan su verdadera imagen.

“Parece que hemos entrado en la era donde comunicar dista ya de ser una opción para transformarse en la satisfacción de una demanda creciente de la sociedad civil. Como siempre, la buena fe y el criterio del buen hombre de negocios, son fundamentales”. Es primordial que la comunicación entre emisores y usuarios tenga como pilar la honestidad, para que se cumpla con el verdadero sentido de la Responsabilidad Social Empresarial e Individual.

La RSEel desde el punto de vista financiero – Las inversiones.

Todo lo que se fue elaborando y definiendo en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial e Individual, se concreta o se manifiesta a la hora de realizar la inversión.

Cada vez es más grande el número de personas que al tomar la decisión de invertir se orientan por criterios, no solamente económicos, sino también sociales, ambientales y éticos.

Al invertir, lo que se está buscando es obtener la mayor rentabilidad posible, pero a la vez, como individuos inmersos en una sociedad, se prioriza el bienestar personal y de la comunidad, podría decirse entonces que hay una contraposición de intereses, pero no necesariamente debe ser así. Si se realiza un uso óptimo de recursos, si son correctamente asignados y aprovechados, esto genera una maximización de utilidades y un beneficio para la sociedad también; en cambio, si incrementa la rentabilidad de una empresa, sin medir las consecuencias, esto implicará un costo social que tarde o temprano terminará soportando la empresa. Se debe buscar entonces, es una rentabilidad sustentable, teniendo en cuenta: costos económicos, ambientales y sociales. Los inversores seleccionan sus carteras sobre la base de atributos sociales y ambientales; se trata de fondos de inversión denominados “éticos” o “verdes”. Mediante esta actitud, lo que hacen es sacrificar cierto grado de rentabilidad y aceptan asumir un mayor grado de riesgo; *“no aceptará mayor rentabilidad comprometiendo sus principios.”* Por estos motivos, en los últimos años, las empresas antes de hacer ofertas en el

mercado bursátil, aumentan los informes sociales y tratan de realzar sus valores éticos y morales. Es una forma más de atraer inversores, que se los denominará “inversores éticos”, y son muy exigentes en cuanto al cumplimiento de la RSEel. El inversor ético invertirá en aquellas empresas que efectúen procesos de reciclaje, mediante tecnologías especiales; que utilicen sus recursos sin producir desperdicios, que reutilicen los residuos logrando un mejor aprovechamiento; que logren manejar los residuos que no pueden volver a utilizar para que no afecten el medio ambiente; que exterioricen sus logros en el cuidado del ambiente y que ahorren energía. Lógicamente, no invertirán en aquellas organizaciones de las que se conozca que han pagado multas por daños ambientales y continúen realizando las mismas prácticas por las que se producen esos daños.

Esta elección entre invertir en una empresa u otra tiene que ver con la responsabilidad de la persona frente a su conciencia, con su escala de valores. Se podría decir que se van filtrando las posibles organizaciones en las cuales invertir y luego se hace un seguimiento de las conductas de estas organizaciones para verificar que mantengan el mismo espíritu de compromiso social.

La información y las inversiones.

En cualquier tipo de inversión tradicional es importante hacer un análisis del activo que se va a comprar, se trata de un análisis financiero.

Lo mismo sucede cuando se trata de una inversión responsable o una inversión ética: se hace un análisis ético de las acciones en las que se va a invertir teniendo en cuenta cuestiones ambientales y sociales. Para ello se debe reunir determinada información y generalmente el costo por conseguirla y organizarla es bastante elevado.

Lo que hacen algunos inversores, es comprar los reportes que contiene esa información, a agencias de rating ético. Estas agencias, luego de hacer todo el análisis sobre los activos, emiten una opinión acerca de ellos (sugieren comprar o no comprar). Algunas analizan los gobiernos corporativos, otras evalúan a la RSEel en general y otras simplemente asesoran a las empresas.

El proceso por el cual se elabora el rating ético es el siguiente:

- Recopilan información a través de balances sociales, documentación, entrevistas a los directores, publicaciones en los medios de prensa, informes especializados, etc.
- Realizan un análisis crítico de esa información recolectada. El grado de análisis dependerá de la confiabilidad de la fuente. Por ejemplo: será más confiable un balance supervisado por un auditor que un balance que no fue revisado.

- Evalúan los “activos intangibles” de la compañía. En este caso no se trata de los intangibles que tradicionalmente aparecen en los balances. Son aquellos elementos que no aparecen en el balance pero que tiene un valor importantísimo para la empresa. Por ejemplo: detalles sobre el capital humano.
- Realizan un reporte de calificación. Consiste en asignarle una nota a la compañía analizada según su desempeño ambiental, social y ético.
- Monitorea que ese comportamiento se mantenga a lo largo del tiempo, de lo contrario esa nota puede variar.

Dentro de la información requerida para llevar a cabo inversiones responsables o éticas, se encuentran los índices éticos. Son conjuntos de acciones que tienen como parámetro la Responsabilidad Social Empresarial e Individual. El proceso de selección se denomina *screening*. La cartera de acciones puede ser real (efectivamente son compradas y vendidas), o ideal (sólo se hace un monitoreo de los índices por parte de terceros).

Para conformar un índice se tendrán en cuenta las acciones de empresas que cumplan con determinadas características en cuanto a: medio ambiente, trabajo, prácticas de negocios, derechos humanos y relación con la comunidad. Entre esas características, se pueden mencionar: que no inviertan en negocios relacionados con las armas, el juego, el alcohol, el tabaco y la energía nuclear. Prioridad a los derechos de los trabajadores; buenas relaciones laborales (seguridad, salud, etc.) Si alguna empresa se aleja de los parámetros de Responsabilidad Social Empresaria y comienza a dedicarse a actividades que no son aceptadas o su desempeño es desalentador, entonces dejará de integrar el

conjunto de compañías que conforman el índice. Seguramente será reemplaza por otra nueva. Un índice muy conocido es el Domini 400.

Como todo método o postura, el rating, los índices éticos y el *screening* son cuestionados, ya que los análisis sobre las compañías pueden resultar poco objetivos. Esto se debe a que algunas agencias de rating suelen tener una visión imparcial y beneficiar en sus reportes a determinadas compañías.

Por otra parte, no todas las empresas tienen la misma visión sobre lo que está bien o lo que está mal; e incluso, lo que es bueno para una puede resultar malo para otras. No hay un único criterio para evaluar si una empresa debe ser excluida del índice o no. Hay quienes opinan que la producción de armas no es mala si se la destina a países sin conflictos, pero sí es objetable si se efectúan negocios ilegales. Lo mismo sucede con la energía nuclear, se puede ver su lado positivo o su costado riesgoso.

Esto significa que según la opinión de cada persona, existirán innumerables inversores potenciales. No existe un patrón de conducta o de ideología para determinar quién invierte éticamente o no.

Como alternativa al método de *screening*, aparece el método *best in class*. Este método establece parámetros que pueden ser considerados críticos y en base a ellos se elabora un *ranking*. Con esta metodología se busca diversificar la cartera de acciones, incluyendo muchas más empresas, que con el método de

screening hubieran sido excluidas completamente. Es una manera de estimular a las compañías para que mejoren sus desempeños sociales.

Un tercer método de inversión es el *engagement* (compromiso), que busca sensibilizar a la dirección de la compañía o a sus accionistas, acerca de cuestiones éticas. Se le da participación al dueño, para que pueda opinar y ser escuchado por quienes están a cargo de la dirección. De esta manera puede proponer un curso de acción diferente y más responsable.

Por último, y el más novedoso de los enfoques de inversión responsable, se encuentra el *community investing*. Lo que promueve este método es que se financie a aquel sector de la sociedad que se encuentra en desventaja y no son atendidos por el sistema financiero tradicional. Darles créditos a personas muy pobres para que puedan iniciar una actividad.

En Argentina no son fácilmente aplicables todos los métodos, la inversión en acciones es una opción para pocos, pero es posible que en cierta medida se puedan aplicar el *screening* y el *best in class*. Incluso se pueden combinar. Para que esta iniciativa de inversiones responsables comience a difundirse y a aceptarse, sería necesario que participen varias firmas reconocidas para darle respaldo moral.

Selección de cartera de inversión con responsabilidad social.

De la misma manera que se selecciona cualquier otro tipo de carteras de inversión, lo ideal es buscar aquella que tenga el mayor rendimiento posible y el menor riesgo. A su vez, cuando se trata de inversiones éticas, se debe medir la responsabilidad ambiental.

Por lo tanto, se hará una ponderación ambiental de las acciones. Esto consiste en hacer una selección y aplicar un tamiz de exclusión e inclusión. Las acciones que pasaron el primer paso serán monitoreadas y se observará el comportamiento ambiental de las empresas. Si alguna de ellas se desvía de las prácticas responsables, se la quitará del conjunto de acciones seleccionadas.

Las medidas que deben cumplir para no ser excluidas son:

- *“Referencia al medio ambiente en la memoria;*
- *Adopción de una política ambiental pública;*
- *Implantación de sistemas de gestión ambiental.”*

Las medidas financieras a tener en cuenta son:

- *“Inversiones en bienes de uso;*
- *Gastos de investigación y desarrollo activados;*
- *Gastos ambientales;*
- *Inversiones ambientales;*
- *Contingencias ambientales.”*

El portafolio de máximo rendimiento será el que contenga una combinación óptima de acciones, y considerando un riesgo tolerable. Se establecerá una mínima participación de las acciones, según como fueron ponderadas anteriormente.

La misma ponderación se tendrá en cuenta para determinar el portafolio de mínimo riesgo. En este caso, se priorizarán aquellas acciones que sean menos riesgosas.

Las medidas que se mencionaron más arriba, se podrán obtener en su totalidad para aquellas empresas que coticen en la bolsa, ya que en la Argentina aun no son obligatorios estos informes de Responsabilidad Social Empresarial e Individual.

Cuando el inversor que analice las posibilidades de carteras a seleccionar, haya finalizado con esta tarea, podrá comparar su portafolio de máxima rentabilidad o mínimo riesgo, con otro que no haya tenido las consideraciones ambientales. De esta forma conocerá el costo de oportunidad de invertir en uno o en otro y tomará su decisión en base a sus valores.

Ejemplos de programas de acción social:

Fundación Gas Natural:

Su principal objetivo es contribuir a la sensibilización y educación en la protección del medio ambiente en todos los países en los que está presente el Grupo Gas Natural. Consideran que el gas natural contribuye, y lo seguirá haciendo en el futuro, a resolver algunos de los principales problemas ambientales que afectan al planeta.

Para alcanzar este objetivo, cuenta con la colaboración de empresas distribuidoras gasistas integradas en el Grupo Gas Natural.

Algunos de los programas en la Argentina:

- Programa Primera exportación: Está destinado a pequeñas y medianas empresas que buscan expandir su negocio hacia mercados internacionales. El programa funciona desde el año 2001 incentivando la conciencia exportadora y las posibilidades de inserción en el exterior de las PyMES argentinas, asesorando y capacitando gratuitamente. Fomentan el concepto de producción limpia para el cuidado medioambiental.
- Talleres de Formación y Capacitación: Su finalidad es ofrecer a las personas de los barrios en contexto de pobreza, una formación de calidad, proporciona mayores conocimientos, habilidades y herramientas para incorporarse a la vida social y laboral.

Los profesores también transmiten valores que permitirán tener seguridad en ellos mismos y buscar una superación personal.

- Programa contra la desnutrición infantil. Promoción de la lactancia materna: Selló una alianza de trabajo con la Fundación Lactancia y Maternidad (Fundalam), para promover la lactancia materna y la crianza en salud, asistiendo a las familias y brindando información. El objetivo principal es fortalecer el vínculo materno y luchar contra la desnutrición. El Programa cuenta con módulos educativos tales como: Seminarios para Profesionales de la Salud en hospitales públicos, Ciclos de Encuentros para madres, Becas Fundación Gas Natural a la Lactancia Materna para participar de los Cursos para Profesionales en sede.
- Programa de Emprendedores Sociales Gas Natural 2007: Se trata de voluntarios realizan iniciativas comunitarias orientadas a superar las condiciones de pobreza.
- Programa de Nutrición y Alimentación; Huerta Comunitaria “San Juan Diego”: la huerta fue trabajada ininterrumpidamente desde hace cinco años, pese a las dificultades del contexto social y económico, y con ayuda de los vecinos de La Matanza.

Fundación YPF:

Se trata de una organización sin fines de lucro que canaliza el compromiso de la compañía YPF frente a la sociedad. Esforzándose por la educación, la investigación científica, el desarrollo social, el cuidado del medio ambiente, la difusión de la cultura y la preservación del patrimonio, desarrolla acciones y proyectos comunitarios, priorizando el concepto de inversión social. Para concretar sus objetivos, proporcionan becas para financiar estudios en el país y

en el extranjero, colaborando en la formación de una comunidad científica. Apoya a escuelas, institutos, universidades y centros de investigación, fomentando el perfeccionamiento profesional.

Contribuye con actividades que tratan de mejorar las condiciones de vida y la preservación de los bienes culturales de la comunidad.

Fundación Telefónica:²

Implementa programas que potencian el desarrollo de la educación y la integración de niños en el sistema escolar, utilizando aplicación de nuevas tecnologías. Para ellos, se llevan a cabo 5 programas:

- **EducaRed**: Es un portal educativo que tiene como finalidad incorporar nuevas tecnologías en las escuelas, y de esta manera innovar y enriquecer las prácticas de la enseñanza, mejorando el aprendizaje. Está orientado para los educadores y alumnos pertenecientes a la EGB, Educación Secundaria Básica, nivel Secundario/ Polimodal, Educación Especial e Institutos de Formación Docente.
- **Proniño**: Es un programa destinado a contribuir con la prevención y erradicación del trabajo infantil. Buscando el respeto por los derechos de los niños y adolescentes.
- **Debate y conocimiento**: El programa está destinado a la investigación, creación, análisis y difusión del conocimiento sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y su impacto social.
- **Voluntarios Telefónica**: Es una red humana interconectada, con el fin de realizar acciones de interés social.

² Los datos fueron recopilados de los siguientes sitios web: www.fundacion.telefonica.com.ar; www.lan.com

- Arte y Tecnología: Difunde el arte, la educación y la tecnología, integrando expresiones artísticas y culturales con altas tecnologías multimedia. Apoya la investigación, la producción de obras y la difusión de proyectos culturales.

Compañía Aérea LAN:

Formar parte del acuerdo "Green Aviation Partners". Se compromete a preservar el medio ambiente y contribuir en la disminución de las emisiones de CO2. El acuerdo consiste, entre otras cosas, en la incorporación de los criterios medioambientales en las decisiones diarias, la optimización del uso de los recursos, la promoción de la investigación y desarrollo, y la reducción del impacto en el medio ambiente. Opera con aviones eficientes en consumo de combustible, cuenta con una flota de aeronaves diseñadas con un nuevo sistema de gestión medioambiental y esto implica una disminución de las emisiones de dióxido de carbono. Son aviones más silenciosos por lo cual, reduce los niveles de ruido y la contaminación acústica.

Plan Ahorro:

A nivel interno la empresa propone a sus empleados moderar el consumo de energía, de papel, agua, tinta e insumos y el reciclado de diferentes materiales.

Ejemplos de empresas que emiten Balances Sociales:

BBVA Banco Francés.

El pasado 11 de Noviembre del presente año, se publicó en www.iprofesional.com un artículo relacionado con la primera presentación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa por parte de BBVA Banco Francés.

El informe corresponde al ejercicio 2008 y fue auditado por la Consultora Deloitte. En él se hace un detalle de la estrategia de la entidad con respecto a la responsabilidad corporativa, y se enumeran las actividades que se realizaron por esta causa. Entre esas actividades se encuentran: *“la creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa y el desarrollo de un plan estratégico de responsabilidad corporativa para el 2009.”*³

Además, el Banco lleva a cabo otros programas, tales como: la proporción de becas; un Fondo Nacional de Tecnología para PyMES; el Fondo de Naciones Unidas para la infancia (Unicef).

Los puntos tratados en el informe son:

- Resultados de desempeño económico, social y ambiental alcanzado;
- Logros en Orientación al cliente;
- Finanzas responsables;
- Productos y Servicios Responsables;

³ “BBVA Banco Francés presentó su primer balance de responsabilidad corporativa” - www.iprofesional.com

- Gestión de los Recursos Humanos;
- Compras responsables;
- Gestión ambiental y cambio climático;
- Compromiso con la sociedad.

Por último, también se informó la metodología utilizada para la elaboración de este informe. Ésta consistió en la creación de un grupo operativo encargado de recolectar la información.

Gas Natural Argentina:

En el informe del año 2008, se puede ver básicamente, datos relacionados a la estrategia, los valores, las contribuciones de la empresa, datos sobre el gobierno corporativo y los compromisos asumidos en cuanto a orientación al cliente, compromiso con los resultados, medio ambiente, seguridad, salud etc.

También se observa que el escrito es abierto con la carta del presidente y los directores, y finaliza con el análisis externo sobre la empresa.

Al plantear la misión de la empresa, dice: *“Nuestra misión es atender las necesidades energéticas de la sociedad, proporcionando a nuestros clientes servicios y productos de calidad respetuosos con el medio ambiente, a nuestros accionistas una rentabilidad creciente y sostenible y a nuestros empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.”*⁴

⁴ Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008. Gas Natural Argentina - <http://portal.gasnatural.com/archivos/ar/IRSC2008.pdf>

Puntos tratados en el informe:

- Conocer y satisfacer las necesidades de los clientes. Proporcionarles un servicio excelente y darles una respuesta inmediata y eficaz.
- Elaboración de planes, objetivos colectivos e individuales y toma de decisiones en función del impacto causado.
- Desarrollo de negocios con un horizonte que trasciende los intereses económicos inmediatos, contribuyendo al desarrollo económico, ambiental y social, tanto a corto como a largo plazo. Respetar al entorno mediante una adaptación continua a la normativa vigente, y si no existe legislación tienen en cuenta las normas internacionales.
- Promover un entorno de trabajo respetuoso con los empleados y propiciar la diversidad de opiniones, perspectivas, culturas, edades y géneros.
- Desarrollar una cultura de prevención que garantice las condiciones de seguridad y salud.
- Aportar a la sociedad los conocimientos, capacidad de gestión y creatividad. Se dedica parte de los beneficios a la acción social, manteniendo un diálogo permanente con la sociedad para conocer sus necesidades y procurar su satisfacción.
- Procurar que todas las personas que conforman el Grupo Gas Natural actúen con ética, honestidad e integridad, respetando los valores, principios y códigos de conducta, contribuyendo así al aumento de la confianza de la sociedad.

De cada uno de los compromisos asumidos, se hace una breve reseña de lo que la empresa fue haciendo y se exponen los valores correspondientes al año 2008. Luego se los compara con los datos de años anteriores y se especifica desde

que año se comenzaron a realizar dichas tareas. De esta forma, se punto de referencia para que se puedan observar los logros obtenidos.

Por otra parte, se enumeran aquellas asociaciones empresariales, gubernamentales y ONGs en las cuales participa la Fundación Gas Natural.

En el informe final, que en este caso es realizado por Price Waterhouse & Co, se emite una opinión sobre los contenidos, los procedimientos y controles establecidos para la preparación, recolección y consolidación de datos, la razonabilidad del informe etc.

La conclusión deberá especificar si se detectaron desvíos o si, efectivamente, el proceder de la compañía es coherente con su discurso público.

Por último, se deja un espacio abierto para la opinión de la gente. A través de las críticas, constructivas o no, se busca continuar avanzando en la mejora del Informe de Responsabilidad Corporativa.⁵

Conclusión.

Existe un gran volumen de información social que emiten las empresas y la real importancia que implica llevar a cabo actividades de Responsabilidad Social Empresaria e Individual. Tal vez hay muchas personas, que no se han percatado

⁵ Datos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008. Gas Natural Argentina - <http://portal.gasnatural.com/archivos/ar/IRSC2008.pdf>

que estas tareas están inmersas en un fenómeno mucho más grande que involucra a las empresas, a la sociedad y al Estado.

Luego de haber leído distintos materiales, observé que junto a este nuevo fenómeno, nace un nuevo enfoque para la Administración en lo relativo a Responsabilidad Social Empresaria e Individual.

Desde hace un tiempo a esta parte, por cuestiones tecnológicas y hasta burocráticas, las prácticas tradicionales de la profesión se fueron sistematizando y esto “redujo” (por decirlo de alguna manera) las funciones del profesional de Ciencias Económicas en general.

Con estas nuevas tendencias, cada profesional se puede desempeñar realizando análisis más profundos y aportando información mucho más útil para la toma de decisiones, orientando a las organizaciones en sus actividades, detectando brechas y corrigiéndolas.

Ya no se trata de interpretar datos de un balance contable, como si fuera la empresa una “foto” al finalizar un determinado año. La labor del profesional en Ciencias Económicas consistirá en acompañar a la organización continuamente, ayudándola a obtener una retroalimentación de sus procesos.

De ese acompañamiento dependerá que las empresas logren transmitir una imagen confiable y transparente para atraer inversores, clientes, proveedores,

etc. Esto las ayudará a posicionarse en un alto grado de reputación y a su vez, contribuirá a aumentar la rentabilidad.

Por otra parte, creo que es muy valioso que se estén implementando planes de ayuda social, sobretodo en épocas difíciles en las que la pobreza, el desempleo, la escasa educación y la inseguridad son términos muy comunes hoy en día. Si bien el encargado de lidiar con esas responsabilidades debería ser el Estado, es bueno que el sector privado, colabore con la causa. Ambos deberían unificar metas y tomar un mismo curso de acción, comprometiéndose con la sociedad.

Por último, creo que el tema se está afianzando cada vez más, pero considero que aún falta un paso importante para que se imponga completamente en la vida de las compañías (principalmente en Argentina) de forma obligatoria. Es común que surjan fundaciones, programas de ayuda, incentivos, becas, etc. Pero la emisión de balances sociales aun no es masiva. El hecho de que no sea obligatorio realizar estos informes, deja a decisión de cada dirección si serán emitidos o no. Por lo tanto, sería conveniente que se difunda esta costumbre, para que muchas más empresas lo implementen. Creo que aquí queda abierta una nueva puerta para el profesional en Ciencias Económicas, quien puede instruir a directores y accionistas sobre el beneficio que pueden obtener, no sólo económico, sino también moral.

Bibliografía:

- “Responsabilidad Social Empresaria – Informes Contables sobre su cumplimiento” de Inés G. Fronti – 1º Edición – Bs. As. C.P.C.E.C.A.B.A. (2006)
- “Responsabilidad Social Empresaria. Una visión financiera” de Adrián Zicari – 1º Edición – Bs. As. C.P.C.E.C.A.B.A. (2007)
- “Gestión de la Responsabilidad Social Empresaria” de Jorge Roberto Volpentesta. Editorial Buyatti.
- Ley de Incumbencias Profesionales N° 20.488, Art. 14.

- Páginas web:

www.iarse.org – “RSE, Un imperativo ético y económico” por Bernardo Kliskberg.

www.comunidar.org.ar – Artículo: “Responsabilidad Social Empresaria. La empresa Responsable”

www.redunirse.org – “Ideas Acerca de la Empresa Contemporánea” por Héctor A. Larocca.

“Enfoques y Tendencias en Responsabilidad Social Empresaria” de Luz E. Moreno Mahecha. Artículo de ERREPAR.

“La Responsabilidad Social Empresarial en la perspectiva de la Iglesia Católica” por Diego Alonso Marulanda Díaz – Revista Ciencias Estratégicas, vol. 17.

www.responsabilidad-social.educacionparapoder.com.ar - “El Balance Social como herramienta de medición en la RSE” por el Dr. Ignacio González García.

www.portal.gasnatural.com;

www.fundacionypf.org.ar

www.fundacion.telefonica.com.ar

www.lan.com

www.iprofesional.com