

Empresas y el desarrollo responsable. El balance social

Año
2017

Autores
Licera, Gloria y López, Ciro

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Licera, G. y López, C. (2017). *Empresas y el desarrollo responsable. El balance social*. 6to Congreso de Administración del Centro de la República. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

VI CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

**III ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA
REPÚBLICA**

II CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

**“FORJANDO CAPACIDADES ORGANIZACIONALES PARA LA
COMPETITIVIDAD GLOBAL”**

VILLA MARÍA - ARGENTINA – 18, 19 y 20 DE OCTUBRE DE 2017

**EMPRESAS Y EL DESARROLLO RESPONSABLE. EL BALANCE
SOCIAL**

AUTORES

**LICERA, GLORIA
LOPEZ, CIRO**

EMPRESAS Y EL DESARROLLO RESPONSABLE. EL BALANCE SOCIAL

PALABRAS CLAVE

**DESARROLLO – RESPONSABILIDAD – DEPOSITARIOS DE INTERÉS – INDICADORES -
MODELO**

INTRODUCCIÓN

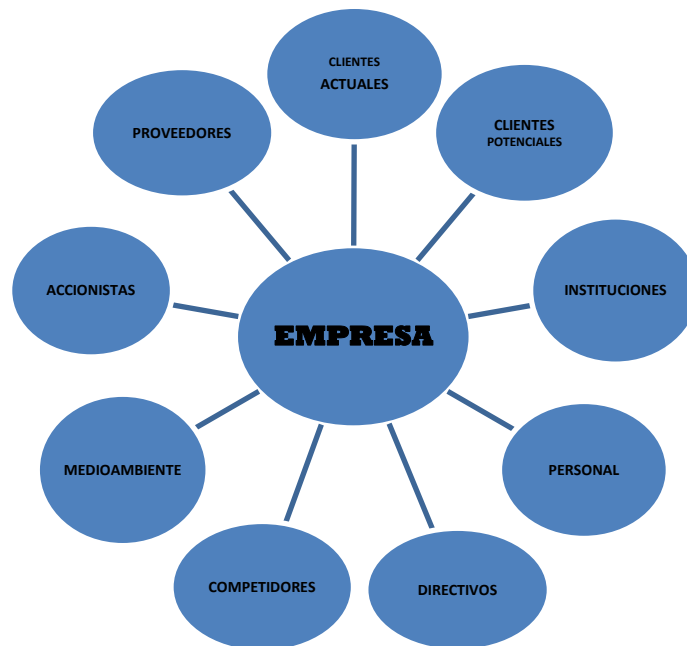
La Responsabilidad Social, actualmente, es un tema de fundamental tratamiento debido a los constantes cambios y necesidades que se experimentan socialmente y que requiere un estudio más intensivo, tanto en lo que se refiere a conceptos e información, como a instrumentos que nos permitan medir y evaluar su aplicación por parte de las organizaciones.

Particularmente las empresas son entes que desarrollan su actividad relacionándose, alimentándose e interactuando con los demás actores sociales, como lo son su personal, directivos, accionistas, clientes, potenciales consumidores, competidores, proveedores, sector de mercado, instituciones del medio, el estado, las organizaciones no gubernamentales, el medioambiente. Estos son los grupos de interés, independientemente de estar dentro o fuera de la organización, por verse afectados directa o indirectamente su accionar.

La relación que se da con estos actores sociales es en doble sentido, generando un sistema de retroalimentación, donde la empresa ofrece un producto o servicio a la otra parte y también se sirve de ella.

El objetivo es generar un instrumento que identifique las posibilidades que el beneficio para una empresa genere valor a la sociedad, tendiendo a la viabilidad de desarrollar acciones para instalar ese elemento en la cultura de la organización.

Hoy es imposible pensar en una empresa que pueda subsistir haciendo sus elecciones y proyectando solo en función de sus ambiciones.



EMPRESAS Y EL DESARROLLO RESPONSABLE

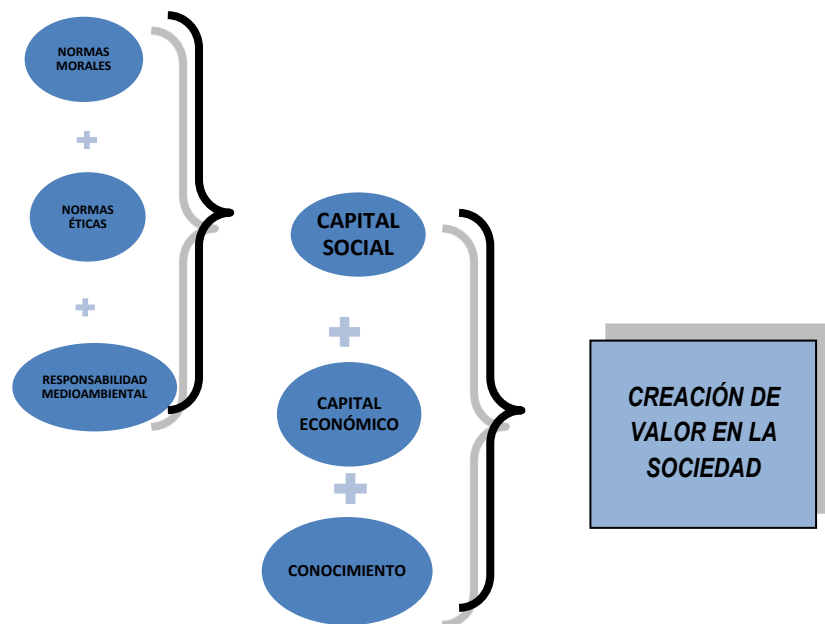
Las relaciones indicadas permiten ver que estos grupos de interés afectan constantemente la forma en que deben organizarse, influyendo en el éxito o fracaso de las mismas, ya que en definitiva dan el consentimiento en el desarrollo de su actividad.

Décadas atrás estaba en vigencia un modelo pregonado por Milton Friedman (economista, 1912-2006), según el cual la empresa privada solo debía rendir cuenta a sus accionistas y producir beneficios, visión encuadrada en un punto de vista clásico. Este modelo fue nominado por Bernardo Kliksberg (2002) como “empresa autista”. El modelo de Friedman hoy está en total desuso, y es de esperar que así sea debido a la importancia que reviste la interacción de la empresa con todos sus grupos de interés. Hoy la sustentabilidad y la supervivencia de la empresa en la sociedad dependen, no solo de su propósito y su misión, sino también de la calidad de su relación con sus clientes, sus proveedores, el medioambiente y los demás grupos de interés. Por ello es necesario que dentro de la misión y el propósito de una empresa, resulte necesario que se contemple la responsabilidad social, que sus decisiones y plan de acción se

basen y funden en un conjunto de normas morales, éticas de responsabilidad sobre el medioambiente, sobre el capital social y sobre el desarrollo.

Cuando se habla de desarrollo en términos de naciones, no solo debemos referirnos al ámbito económico, sino también en la creación de valor social, esto es generar crecimiento del capital social. Si bien las políticas públicas de gobierno tienen la responsabilidad primera en la sociedad de garantizar los derechos a los ciudadanos y el crecimiento social, está demostrado en los países más desarrollados, que es de vital importancia una alianza entre las políticas públicas, empresas responsables y la sociedad.

De esta forma, el capital económico más el capital social, sumado al conocimiento, genera Desarrollo Social, lo que determina Creación de valor en la Sociedad.



HACIA UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

El estado de responsabilidad no puede alcanzarse de un día para otro. A partir de la decisión de alcanzar ese objetivo se necesita la elaboración de un replanteo que requiere una concientización hacia un cambio de la organización en su conjunto.

Ser “socialmente responsable” requiere de pasos previos y una decisión de avanzar en el sentido de la responsabilidad en cada acto.

La inclusión de esta herramienta en este trabajo, como en todos los planteados, tiene como objetivo la mirada de la organización desde adentro de la misma, como un instrumento de medición interna sobre el logro del objetivo de incorporar a la cultura ser socialmente responsable.

El resultado del logro del objetivo mencionado orienta a la empresa hacia una condición de sustentabilidad, entre otras, por las siguientes razones:

- Mejora la capacitación y mantención de los Recursos Humanos
- Incentiva y genera confianza en los inversores
- Aumenta la reputación e imagen de la empresa
- Incrementa la fidelidad de los clientes/consumidores
- Fomenta la innovación y el desarrollo de recursos
- Introduce políticas orientadas hacia el respeto y la conservación del medioambiente
- Materializa acciones concretas vinculadas a la sociedad, logradas a través del desarrollo de proyectos en conjunto con instituciones y organizaciones no gubernamentales.

Visto esto, podemos agregar que los mecanismos de aplicación de conductas de responsabilidad social empresarial, son más que un conjunto de prácticas o actividades ocasionales, que en muchos casos pueden estar motivadas por acciones de marketing. Constituyen programas integrados a la toma de decisiones.

Actualmente en la Unión Europea se analizan las siguientes medidas como poderosos e influyentes instrumentos para el desarrollo responsable:

- I- En la dimensión interna de la empresa:
 - ✓ Gestión de recursos humanos. Mayor necesidad de prácticas responsables y no discriminatorias de contratación, que incluyan el aprendizaje permanente.
 - ✓ Salud y seguridad en el lugar de trabajo. A los instrumentos legislativos deben sumarse acciones voluntarias complementarias, como lo es la prevención, no solo para la empresa sino también para contratistas y proveedores.
 - ✓ Adaptación al cambio. Significa equilibrar y tener en cuenta los intereses de todos los afectados por los cambios y decisiones, marcando la conveniencia de incentivar la participación de los interesados, mediante adecuada información y consultas abiertas.
 - ✓ Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. La disminución del consumo de recursos naturales, la disminución de desechos, y la reducción de gastos energéticos y de contaminación.

- II- En la dimensión externa de la empresa:
 - ✓ Comunidades locales. Contribuyen a su desarrollo proporcionando puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales. Dependen para su operación de la prosperidad y capacitación de esas comunidades (nivel educativo, aguas no contaminadas, etc.) Otra forma de comprometerse positivamente es en la contratación de personas socialmente excluidas, el ofrecimiento de servicios de guarderías, patrocinio de actividades deportivas o culturales y realización de donaciones.

- ✓ Socios comerciales, proveedores y consumidores. Al colaborar estrechamente con sus socios comerciales, la empresa puede reducir la complejidad operativa y los costos.
- ✓ Derechos humanos. Adoptar códigos de ética o de conducta en materia de condiciones laborales y derechos humanos dirigidos a subcontratistas y proveedores, como una manera de considerar como responsabilidad propia en accionar de los mismos y asegurarse que respeten los valores que pregona y protege la empresa.
- ✓ Problemas ecológicos mundiales. Es responsabilidad de la empresa fomentar la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de toda su cadena de producción

APLICACIÓN DEL BALANCE SOCIAL

El Balance Social es la expresión de la dimensión social de la empresa. Constituye un instrumento idóneo para brindar información social en forma sistemática y comparable. Puede considerarse *“una herramienta de la política empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona”* (Palencia, 2008).

En nuestro país está vigente la ley 25.877 que expone que empresas deben presentar un balance social, estableciendo en su artículo 25: *“las empresas que ocupen más de trescientos (300) trabajadores deberán elaborar, anualmente, un balance social que recoja información sistematizada relativa a condiciones de trabajo y empleo, costo laboral y prestaciones sociales a cargo de la empresa. Este documento será girado por la empresa al sindicato con personería gremial signatario de la convención colectiva de*

trabajo que le sea aplicable, dentro de los treinta (30) días de elaborado. Una copia del balance será depositada en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, la que será considerada estrictamente confidencial...”

En su artículo siguiente determina que el mismo deberá contener la siguiente información mínima:

- Balance General anual completo
- Estado de Evolución Económica y Financiera
- Incidencia del costo laboral
- Evolución de la masa salarial por nivel y por categoría
- Evolución de la dotación del personal y tiempo trabajado
- Rotación de trabajadores por edad y sexo
- Capacitación
- Personal efectivizado
- Régimen de pasantías y prácticas rentadas
- Estadísticas sobre accidentes y enfermedades
- Tercerizaciones y subcontrataciones
- Programas con posible impacto sobre modificaciones en las condiciones laborales

Este informe requerido por la ley solo abarca la dimensión laboral, dejando de lado factores importantísimos que hacen a la responsabilidad social, siendo además una imposición para ser presentado a organismos que rigen y regulan específicamente la dimensión laboral, lo que lo convierte más en una carga para la empresa, que un instrumento de apoyo a la gestión.

Se pretende en este trabajo generar un instrumento que exprese la dimensión social de la empresa, con información cuantificable y no cuantificable, sobre el impacto de la relación de la empresa con sus grupos de interés, mostrando costos y beneficios de

cada una de ellas, diferenciando las actividades que son impuestas directa o indirectamente por la ley, de las que se generan discrecionalmente.

Posibilita comparar resultados con los presupuestos previamente definidos en orden a los objetivos que se pretenden alcanzar, presentándolos en términos de déficit o superávit. A partir de los resultados, se define la gestión a futuro. Este enfoque de gestión implica cambios en el orden político (formas de gobierno) y en el mapa de poder y formas de participación en la organización (Etkin, 2006). De esta forma ya no debe ser vista como una unidad de negocio solamente, sino que debe concebirse como una unidad social: una organización social.

MODELO DE BALANCE SOCIAL

Se han desarrollado algunos modelos por distintas instituciones, a nivel internacional, a partir de procesos de discusión, convenciones y diversos acuerdos logrados, tales como Modelo Ibase, Modelo Ethos, Modelo del Global Reporting Initiative (GRI), todos ellos con particularidades que pueden tomarse a la hora del diseño del Balance Social reconocido como herramienta de Gestión Estratégica Interna.

Se exponen a continuación las pautas de una definición de Balance Social.

Instrumento de medición

Para la construcción del Balance Social es necesario elaborar instrumentos que permitan medir, evaluar y transparentar el cumplimiento de aspectos sociales y ambientales, relacionados con los grupos de interés y los principios y valores.

Es necesario definir a través de qué unidades de medida y parámetros se van a plasmar los datos que contiene el informe.

El modelo propuesto se basará en el diseño de un sistema de indicadores que permita una lectura eficaz para diagnosticar la situación y evaluar la pertinencia de las correcciones y ajustes que se irán introduciendo en el programa a través de su desarrollo.

El indicador como recurso a utilizar en esta herramienta posee las siguientes ventajas:

- Resultan fáciles de comprender

-Permiten elaborar información comparable y homogénea

-Se pueden utilizar datos provistos por el sistema contable

Se adoptarán indicadores socioeconómicos, cuantitativos y cualitativos, expresados en diferentes unidades de medida.

Rubros a considerar:

Para el diseño de un modelo de balance social, el primer punto a plantear es que rubros, en cuanto a depositarios de interés, se van a informar.

Entendemos que debería informarse al menos los siguientes rubros:

- Público interno
- Medioambiente
- Proveedores
- Clientes/Consumidores
- Comunidad
- Gobierno

Objetivos

Es necesario que exista una descripción clara de los objetivos socioeconómicos para las áreas del ente, lo que permitirá de antemano conocer las posibilidades con las que cuenta y los compromisos que adquiere en el plano social.

Planificación

Sin perder de vista los objetivos definidos, comienza una etapa en la que a partir de la respuesta a una serie de cuestionamientos, se va armando el itinerario hacia la construcción del modelo. Las preguntas básicas son:

- ¿Quién va a liderar el proceso?
- ¿A quiénes se va a hacer partícipes y de qué modo?
- ¿Cómo se va a recolectar la información?
- ¿Con qué periodicidad se va a elaborar el informe?
- ¿Qué factores son los que se requiere observar en relación a cada depositario de interés?

- ¿Qué factores son los que se requiere observar para la elaboración de cada indicador?
- ¿Qué compromisos se han tomado con los diferentes depositarios de interés?
- ¿Existen proyectos de Responsabilidad Social en marcha?
- ¿Qué obligaciones sociales están vigentes?
- ¿Se están cumpliendo las obligaciones sociales? ¿En qué grado?

ESTRUCTURA DEL MODELO

El modelo que se expone a continuación, es una estructura básica que podrá ser adaptado al tipo de organización que lo utilice. Contiene algunos elementos de los modelos Ibase y GRI, ya que en los mismos se definen indicadores que son sustanciales en cualquier informe de base social. Se contemplan los rubros enunciados anteriormente (público interno, medioambiente, proveedores, clientes/consumidores, comunidad y gobierno), toda la información se presenta en forma comparativa con el período anterior, para su mejor análisis, y se expone además, en los casos que exista, el parámetro definido como objetivo.

PÚBLICO INTERNO

Este grupo de interés en la porción de la sociedad que está más estrechamente vinculada a la empresa, y por ende dentro de los objetivos sociales a alcanzar por el ente deben establecerse prioritariamente, aquellos que regulen y generen un clima especialmente cuidado. El público interno está integrado por los recursos humanos: empleados, colaboradores, directivos, etc..

Se medirá: el tipo de contratación, el grado de diversidad en la asignación de los puestos de trabajo, la remuneración y aspectos vinculados con la higiene y seguridad.

PÚBLICO INTERNO			
TIPO DE CONTRATACIÓN	CANTIDAD SOBRE EL TOTAL DE PUESTOS		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
EFFECTIVOS			
CONTRATADOS			
PASANTES			
TERCERIZADOS			
TEMPORARIOS			
GRADO DE DIVERSIDAD DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	CANTIDAD SOBRE EL TOTAL DE PUESTOS		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
HOMBRES			
MUJERES			
DISCAPACITADOS			
HASTA 30 AÑOS			
DE 30 a 45 AÑOS			
MAS DE 45 AÑOS			
REMUNERACIONES SALARIOS PROMEDIOS	VALOR A MONEDA CONSTANTE		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
SALARIO PRO MEDIO TOTAL			
SALARIO PROMEDIO HOMBRES			
SALARIO PROMEDIO MUJERES			
REMUNERACIONES TIPOS DE SALARIOS	VALOR DE CADA TIPO(MON.CONST) /VALOR TOTAL		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
SUELDO			
INCENTIVOS			
EN ESPECIE			
COMISIONES			
HIGIENE Y SEGURIDAD	PORCENTAJE SOBRE RENTABILIDAD DEL EJERCICIO ANTERIOR		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
INVERSIONES EN VESTIMENTA			
INVERSIONES EN SALUD DEL PERSONAL			
MEJORAS DEL AMBIENTE DE TRABAJO			
INFRAESTRUCTURA ADAPTADA AL PERSONAL DISCAPACITADO			
ENTRENAMIENTO EN PREVENCIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO			

MEDIOAMBIENTE

Con respecto a este grupo de interés, la información se basa en el reconocimiento de las prácticas vinculadas a la protección del medioambiente y educación en la temática.

Se medirá: la aplicación de normas, la educación ambiental, inversiones.

MEDIOAMBIENTE			
MEDIOAMBIENTE	RESPUESTA: SI / NO		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
¿APLICA NORMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL?			
¿REALIZA EDUCACIÓN AMBIENTAL?			
¿HACE TRATAMIENTO Y RECICLADO DE RESIDUOS?			
¿EXISTEN PROYECTOS DE INVERSIÓN EN MEDIOAMBIENTE?			
MEDIOAMBIENTE INVERSIONES	PORCENTAJE SOBRE RENTABILIDAD DEL EJERCICIO ANTERIOR		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO I			
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO II			
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO III...			

PROVEEDORES

En este grupo de interés la orientación es hacia la identificación de las relaciones comerciales de la empresa y el nivel de prácticas sociales que desarrollan

Se medirá: categoría de proveedores, principios y políticas de los proveedores.

PROVEEDORES			
PROVEEDORES PRINCIPIOS RSE	RESPUESTA: SI / NO		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
¿SE POSEE CONOCIMIENTO DE PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE LOS PROVEEDORES?			
¿SE INTENTA ORIENTAR A LOS PROVEEDORES A LOS PRINCIPIOS DE RSE?			
PROVEEDORES CATEGORÍAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
PROVEEDORES NACIONALES			
PROVEEDORES INTERNACIONALES			
PROVEEDORES PYMES			
PROVEEDORES COOPERATIVAS			

CLIENTES/CONSUMIDORES

La relación del ente con sus clientes y consumidores, destinatarios del producto o servicio que se genera y/u ofrece al mercado, debe especialmente encuadrarse responsablemente.

Se medirá: estilo de publicidad, reclamos,

CLIENTES/CONSUMIDORES			
CLIENTES/CONSUMIDORES	RESPUESTA: SI / NO		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
¿SE EVITA LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA?			
¿SE OFRECEN DATOS DE CONTACTO DE LOS CONSUMIDORES CLARAMENTE?			
¿SE TOMAN LAS SUGERENCIAS COMO INICIATIVAS DE MEJORAS?			
CLIENTES/CONSUMIDORES RECLAMOS ATENDIDOS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
RECLAMOS SOLUCIONADOS			
RECLAMOS COMPENSADOS			
RECLAMOS CON CLIENTE SATISFECHO			

COMUNIDAD

La relación con la comunidad configura el ambiente en el que se desenvuelve el ente, por lo cual, para considerarse socialmente responsable, debe generar proyectos vinculados a ella, orientados al cuidado y a aportar a su crecimiento.

Se medirá: proyectos de desarrollo, aportes a instituciones, participación en eventos y programas comunitarios.

COMUNIDAD			
COMUNIDAD	RESPUESTA: SI / NO		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
¿PATROCINA EVENTOS Y/O PROGRAMAS SOCIALES?			
¿SE HACEN APORTES A INSTITUCIONES?			
¿INVENTIVA AL VOLUNTARIADO?			
¿SE INVIERTE EN PROYECTOS DE DESARROLLO?			
COMUNIDAD INVERSIONES	PORCENTAJE SOBRE RENTABILIDAD DEL EJERCICIO ANTERIOR		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO I			
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO II			
CANTIDAD INVERTIDA PROYECTO III...			

GOBIERNO

El Gobierno es un grupo de interés que tiene influencia en la actividad de la empresa, por las normas de aplicación coercitiva que dicta y rigen en cada momento.

El objetivo es generar posiciones ante cuestiones que nos involucren a todos.

Se medirá: postura ante medidas gubernamentales, debate, participación en organizaciones y alianzas que tengan como objetivo ser agentes de cambio.

GOBIERNO			
GOBIERNO	RESPUESTA: SI / NO		OBJETIVO
	PERIODO ANTERIOR	PERIODO ACTUAL	
¿SE POSEE POSTURA CRÍTICA EN LA POLÍTICA?			
¿SE PROMUEVE EL DEBATE?			
¿PARTICIPA EN ORGANIZACIONES DE EMPRESARIOS?(Regionales, alianzas)			
¿SE COLABORA EN INSTITUCIONES PÚBLICAS?			

CONSIDERACIONES FINALES SOBRE BALANCE SOCIAL

La inclusión de este tema como herramienta de estrategia, tiene la finalidad de construir un modelo sistemático de Balance Social, que se adapte a todo tipo de empresas (pequeñas, medianas o grandes) teniendo en cuenta su función y desenvolvimiento en la economía y la sociedad, presentando información que sea

valiosa, para la gerencia en cuanto a los distintos grupos de interés, las políticas públicas vigentes a nivel nacional e internacional, como informe de relevamiento de la situación en un determinado momento, vinculado a un período de tiempo, evaluando

el grado de cumplimiento de los parámetros establecidos como objetivos, determinar los desvíos y detección de causas de los mismos para aplicar las medidas correctivas necesarias.

Es importante destacar que, para que esta herramienta no pierda vigencia, sobre la base de un modelo diseñado como punto de partida, aparte de las evaluaciones periódicas que se proponen en el párrafo anterior, es necesario revisar el modelo y adecuarlo en función al estado de la sociedad, en general, y los grupos de interés, en particular, a los efectos que el mismo se adapte al contexto.

BIBLIOGRAFIA

- ARGUEDAS, R. (2000). NUEVA ECONOMÍA: MODA O PARADIGMA. *BOLETÍN AECA*. Nº 52. ABRIL-JULIO.
- CARMONA MORENO, S. (1993) *LA CRISIS DE LOS SISTEMAS DE CONTABILIDAD DE GESTIÓN: UNA PERSPECTIVA ESPAÑOLA*, EN CARMONA MORENO, S. (ED.): *CAMBIO TECNOLÓGICO Y CONTABILIDAD DE GESTIÓN*. MADRID, ICAC: 483-542.
- CUADRADO EBRERO, A Y VALMAYOR LÓPEZ, L (1999). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CONTABLE*, MC GRAW HILL
- DIEZ, M. ET AL (1989). LA CONTABILIDAD Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL. *REVISTA LA INFORMACIÓN EXTRA*. Nº 20.
- ETKIN, J. (2006). *ENFOQUES; CONTABILIDAD Y AUDITORÍA*. ED. LA LEY. Nº 12.
- FAGA, H. A. (1990). *LA INFORMACIÓN ÚTIL PARA LA DIRECCIÓN SUPERIOR*. ED. TESIS. ARGENTINA.
- FERNANDEZ GIMENEZ GIL, D. (2006). *INVESTIGACIÓN CONTABLE. UN ANÁLISIS PROFUNDO*.
- HERRSCHER. E. (2004). *CONTABILIDAD Y GESTIÓN*. EDICIONES MACCHI.
- INFORME GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE
- KILKSBERG, B. (2002). *HACIA UNA ECONOMÍA CON ROSTRO HUMANO*. ED. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.

- LEY 25877
- LIMONE ARAVENA, A. (2003). CONTABILIDAD Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL CONTEXTO DEL NUEVO ENFOQUE EN LA TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN. *REVISTA DO MESTRADOI EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL*. IMPRESIÓN UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ.
- MANTILLA, A. Y TRISTANCHO G.V. (1992). *CONOCIMIENTO, METODOLOGÍA E INVESTIGACIÓN CONTABLES*. EDITORA ROESGA, SANTA FE COLOMBIA.
- MODELO IBASE – BALANCE DE SOSTENIBILIDAD
- PALENCIA, M. (2008). COMUNICACIÓN CORPORATIVE: MEMORIA ANUAL VS. BALANCE SOCIAL. *REVISTA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN*. Nº 24
- SADER, G. LICERA, G. (2008). HACIA UNA REDEFINICIÓN EPISTEMOLÓGICA DE LA DISCIPLINA CONTABLE. *XXIX JORNADAS UNIVERSITARIAS DE CONTABILIDAD*. CD ROOM Y RESUMEN.
- SADER, G., TISSERA P. (2006). LA INFLUENCIA DE LA INFORMACIÓN CONTABLE ESTRATÉGICA EN EL CAMBIO ORGANIZACIONAL. *REVISTA XXII CONGRESO NACIONAL DEL ADENAG*.