

LAS COMPETENCIAS DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION PARA LA FIRMA DEL BALANCE SOCIAL

Área III:

Educación - Política Profesional - Responsabilidad Social y Balance Social

Tema 2:

La formación del profesional de Ciencias Económicas, su idoneidad para responder a los requerimientos del mercado

XXII Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas

San Juan, 28 y 29 de Septiembre

Autores:

Lic. Jorge Sebastián Maciel

MP N° 42 LA – CPCE Chaco

Juan de Dios Mena Dpto. Resistencia - Chaco

Teléfono: 3624-595989

Correo: sebastian-maciel@hotmail.com

Lic. María Silvana Martínez

MP N° 29 LA – CPCE Chaco

Av. Belgrano 212 Resistencia - Chaco

Teléfono: 3624-622329

Correo: martinez.maria.silvana@gmail.com

LAS COMPETENCIAS DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION PARA LA FIRMA
DEL BALANCE SOCIAL

Área III:

Educación - Política Profesional - Responsabilidad Social y Balance Social

Tema 2:

La formación del profesional de Ciencias Económicas, su idoneidad para responder a los
requerimientos del mercado

XXII Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas

San Juan, 28 y 29 de Septiembre

INDICE

1. RESUMEN

2. PALABRAS CLAVE

3. INTRODUCCIÓN

4. MARCO TEÓRICO

4.1. La Responsabilidad Social

4.2. El Informe de Sustentabilidad / Balance Social

4.3. El Balance Social como informe de prácticas de Responsabilidad Social

5. MARCO METODOLÓGICO

6. DESARROLLO

6.1. Perfil y competencias del Licenciado en Administración de la UNNE

7. RESULTADOS

7.1. La idoneidad del Licenciado para la aplicabilidad de la Responsabilidad Social y de la confección del Balance Social

8. CONCLUSIÓN

9. BIBLIOGRAFÍA

1. RESUMEN

La presente investigación versó sobre una breve reseña introductoria de lo que implica la Responsabilidad Social, para entender luego, a qué apunta y en qué consiste el Balance Social, como así también sobre un análisis de las competencias propuestas en el Plan de Estudios de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Nordeste (en adelante UNNE), y así comprender el alcance del título.

Primeramente, se plantearon las siguientes preguntas: ¿qué competencias se requieren para la construcción del Balance Social?, y ¿cuáles de esas competencias, le brinda su formación, al Licenciado en Administración? Y siguiendo esa línea, entonces, se propuso como objetivo general: identificar las competencias del Licenciado en Administración que le dan idoneidad para la elaboración del Balance Social.

Para su desarrollo, si bien no se definió una hipótesis como tal, se partió de la postura de que *“el Licenciado en Administración se halla preparado para abocarse a la confección del Balance Social”*, y a tal efecto, se aplicó una metodología de alcance descriptivo, a través de un estudio de caso (la carrera dictada en la UNNE), de tipo pura y bibliográfica, con un enfoque cuantitativo, y diseño transversal.

Se arribó a la conclusión de que un graduado de la UNNE, en virtud del perfil con el que se lo instruye, reúne las condiciones (conceptuales, procedimentales y actitudinales) para producir este tipo de informes, considerándolo por consiguiente, apto para que lleve su firma certificada como responsable principal del trabajo, que se reconoce de carácter interdisciplinario.

2. PALABRAS CLAVE

Administrador – Informe de Sustentabilidad – Modelo de Gestión

3. INTRODUCCIÓN

Existen innumerables acepciones del término de Responsabilidad Social (en adelante RS). Ésta ha sido estudiada, criticada y defendida, por lo que no puede desconocerse la actualidad del tema ni su desarrollo que, cada vez cobra mayor relevancia en el mundo, en todo tipo de organizaciones, corporaciones e instituciones, superando el mero ámbito de sus inicios como ética empresarial.

Por este motivo, los entes tienden a incursionar en el ámbito de la RS, algunos la confunden con conceptos como el de asistencialismo, por ejemplo, y otros ya se encuentran desarrollando algunos de sus aspectos a su interior, aunque, no siempre tienen la certeza de si lo que hacen realmente corresponde a la RS o sólo están cumpliendo con el orden jurídico establecido, lo cual podría devenir de los distintos enfoques que se toman en cuenta al momento de definir la RS.

Cuando se habla de RS, debe considerarse que, como lo dice más de un autor, no se refiere a filantropía o a caridad. La mención a la filantropía amerita una disquisición crítica acerca de ella. Según el Diccionario de la RAE, etimológicamente, proviene del griego: *filos* (amor) *anthropos* (hombre) y alude al *amor al género humano* y a todo lo que a la humanidad respecta.

En su forma positiva y constructiva, se expresa en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de intercambio o de interés alguno de devolución. En realidad, filántropo es aquel que se distingue por el amor a sus semejantes y por sus obras en bien de la comunidad (RAE).

Por ende, se desvirtúa el concepto de filantropía, al utilizarlo simplemente como sinónimo de subsidio (ayuda), no como asunción de una responsabilidad o compromiso permanente en el tiempo.

Y en cuanto a la caridad, entendida como limosna, no es RS, pero si se adopta la concepción que adquiere desde el punto de vista teológico, el cual la interpreta como la práctica del bien y la corrección fraterna, aquella es benevolencia, amistad y comunión; suscita la reciprocidad; siempre desinteresada y generosa.

Tampoco corresponde vincular a la RS con la correcta práctica de la ley por parte de las empresas, pues el que éstas cumplan sus deberes fiscales, laborales y demás normas que comprenden su accionar, no quiere decir que estén poniendo en práctica acciones de RS.

Además, cabe destacar que, la adhesión a la RS, al ser voluntaria y no vinculante. Por lo tanto, no implica la imposición de normas y de leyes, como las existentes sobre medio ambiente o DDHH -por citar algunas-, que sólo delimitan su cumplimiento dentro de un ámbito determinado, necesario, pero insuficiente en vistas a lo que ella engloba.

La interpretación de RS, según la UNESCO (2009) “es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética.”

En la precedente definición, se atiende a la etimología del término 'responsabilidad' como la obligación que se tiene de dar explicaciones a la comunidad por el propio obrar. Se trata de justificar el por qué del comportamiento de una organización, ante la sociedad o comunidad próxima, y la forma en cómo se exteriorizan sus actos.

Según la Subsecretaría de Responsabilidad Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, "la RS implica la adopción y puesta en práctica de valores y comportamientos que fortalezcan la sostenibilidad, la inclusión, la justicia y el desarrollo social de todos los argentinos. Es una forma de accionar y gestionar para la consolidación de una sociedad con crecientes niveles de integración, participación, creación y distribución equitativa de la riqueza".

Como entidad gubernamental, la citada Subsecretaría apunta a una mayor precisión, al otorgarle la categoría de una forma de gestión, que incluye el actuar ético de la institución. Esta perspectiva resulta interesante dado que al hablar de RS, se refiere inmediatamente a los actos propiamente dichos, o sea a las acciones concretas y no sólo a la intención de buena voluntad.

Estas acepciones de RS son tenidas en cuenta ya que aluden a entidades, que desarrollan sus actividades permanentemente en intercambio con la comunidad, tanto con la empresarial como con aquellas más vulnerables, dentro de las cuales ejercen su profesión los egresados de la Licenciatura en Administración, en forma directa o indirecta, para lo cual se requiere estén preparados.

En este contexto, cobra importancia la vinculación entre los objetivos institucionales y la praxis educativa concreta, que es uno de los modos de determinar si se está dando respuesta a las exigencias actuales y, en tal caso si las mismas atienden a cuestiones particulares o del conjunto de la población, como así también si se forman profesionales consientes del desafío y con empatía hacia los demás.

Si se considera que se está preparando a futuros tomadores de decisiones, que pueden afectar no sólo las finanzas de una empresa, sino también a las personas que integran la economía, se tendrá que tomar en cuenta por ende, la responsabilidad que ello involucra, dada las vastas cuestiones sobre las cuales tiene injerencia un Licenciado en Administración.

Atento que la RS no debe pensarse como una moda, sino que debe generarse la conciencia de que todo acto es moral y conlleva responsabilidad, por lo cual, para lograrla, se ha de partir desde las instituciones educativas.

La RS, vista como la gestión transparente de una organización con relación a sus grupos de interés, el instrumento que lo plasma es el Balance Social. Por lo cual esta información, de carácter no financiera, demuestra cómo repercutieron las políticas y estrategias tanto a nivel interno como externo.

La Dra. Laura Accifonte (2016) manifiesta que los denominados Balances Sociales se originan por la necesidad de las organizaciones, de expresar su comportamiento respecto de la sociedad y el ambiente. Dicha necesidad surge de los requerimientos de los grupos de interés por conocer el desenvolvimiento de estos entes (más allá de lo que exponen en sus Estados Financieros), en lo que respecta al impacto de sus acciones y políticas.

Se trata de un reclamo por un compromiso urgente con la generación de empatía, de sensibilización, y capacidad de aceptar el reto de la transferencia y la transmisión de un conocimiento, que facilite una convivencia próspera, organizada e igualitaria (proceso de enseñanza-aprendizaje comunitario que involucra a todos los ciudadanos).

4. MARCO TEÓRICO

4.1. Responsabilidad Social

Para una interpretación más completa y acabada de la RS, es menester partir del análisis de dos conceptos claves, como la ética y el acto moral, pues ambos aportan perspectivas del hombre, en relación a su naturaleza y a su conducta social.

4.1.1. Ética y Moral

Maliandi (1984: 11) expresa que el hombre se construye como moral al ser, por su naturaleza racional y libre, y además por desenvolverse en una comunidad. Debe ajustar sus acciones a lo que le es propio: su *estructura ética*, compuesta por *la conciencia de sí, la racionalidad y la libertad* por lo que es *responsable*. A su vez, cuenta con dos facultades a la hora de obrar, una es *la libertad* -decidir- y la otra *la voluntad* -hacer- que le permiten realizar actos de forma consciente, por ende morales.

Ética, etimológicamente, proviene de *ethos*. Abarca todo el obrar humano en sus más diversas variantes, las creencias sobre ese obrar y las actitudes con que se lo asume o se lo impugna. La lista se vuelve tan inagotable como las controversias que genera. La ética no *manda* lo que debe

hacerse, por ende no prescribe ninguna norma o conducta -cual el derecho-, pero se materializa en los actos humanos, los cuales pueden ser juzgados como buenos o malos desde la moral.

De ahí que la moral (del latín *mos, moris*, 'costumbre') se refiere a las reglas o normas por las que se rige el comportamiento o la conducta de un individuo en relación a la sociedad. La moral se da en un doble plano: *el normativo y el fáctico*. En el primero, se encuentran las normas y principios que tienden a regular la conducta de los hombres, y en el segundo, el conjunto de actos humanos que se ajustan a tal normatividad, cumpliendo así su exigencia de realización.

De esta combinación, proviene la necesidad de analizar el comportamiento moral del individuo a través de sus actos, siempre sujetos a la sanción de uno mismo, susceptibles de aprobación o condena, de acuerdo con normas comúnmente aceptadas.

En el desarrollo del tema ética y acto moral, se mencionaron los elementos constitutivos de la ética, uno de ellos: la responsabilidad individual. Ahora, toda acción individual trasciende ese ámbito: es social, o redundante en ello.

Y para explicitar esta interacción ética-responsabilidad social, se recurre a Francois Vallaeys (2006), quien detalla sus cuatro componentes:

- 1) La ética que le corresponde a la RS, no es una ética de la intención, sino una *ética de la acción* y de la responsabilidad por las consecuencias inmediatas y a futuro de la acción;
- 2) La ética que le corresponde a la RS, no se refiere meramente a la relación causa-efecto unidireccional, es decir que no se limita al binomio medio-fines, sino que abarca al *campo de todos los efectos colaterales y retroacciones posibles* generados por la acción, que ésta tenga como propósito explícito producir ciertos efectos, o que los descubra casualmente una vez realizada.
- 3) La ética que le corresponde a la RS, no es una ética en sentido tradicional, como en el caso de la filantropía, que sólo se preocupa por la buena voluntad del agente y su capacidad de emplear los medios adecuados para lograr un fin bueno en sí mismo, tal como lo había previsto el agente. La RS parte de una *visión sistémica y holística del entorno del agente*. Su intencionalidad unívoca se diluye en un sistema *complejo* de retroacciones múltiples, de impactos en cadena.
- 4) La ética que le corresponde a la RS, no es una ética solitaria en la que uno decide en su fuero interno qué debe hacer y cómo, sino que se trata de una *ética organizacional dialógica*, basada en el trabajo en equipo, la escucha del otro, la negociación, la discrepancia, la voluntad de consenso, la búsqueda común de soluciones a través de la expresión de los mejores argumentos, etc., porque sólo a través del campo del diálogo

interpersonal generalizado, puede uno hacerse responsable del campo ecológico de sus acciones colectivas comunes.

Estos puntos permiten analizar a los actos de RS con sentido ético, pues al hablar de la implementación de acciones -no de una intención bondadosa-, se puntualiza el hecho de que involucra a todos los afectados en la decisión, facilitando la cohesión en la búsqueda del consenso acerca los fines comunes hacia los que las acciones colectivas serán dirigidas.

4.1.2. Responsabilidad Social Empresaria

Ahora bien, para introducir el tema puntual de la Responsabilidad Social Empresaria (en adelante RSE), se parte de la interpretación de la RS como contenedora de las acciones de responsabilidad, aunque aplicadas en este caso, a las organizaciones.

Para responder qué es la RSE, la ISO 26000 indica que se trata de: “La Responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

1. contribuya al desarrollo sostenible,
2. tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas,
3. cumpla con la legislación aplicable,
4. esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”

La ISO 26000 es aplicable a entidades empresariales, tanto privadas como públicas, a los países desarrollados y en vías de desarrollo, a las grandes y pequeñas economías, de modo que contempla a todos los sectores de la comunidad; y contiene guías voluntarias, no requisitos, por lo tanto, no se la utiliza como una norma de certificación.

Según el Dr. Bernardo Kliksberg (2012), para desarrollar el enfoque holístico que plantea la ISO 26000, desde la mirada de las empresas socialmente responsables, se deben poner en práctica, cotidianamente, los siguientes hábitos:

1. *Políticas de personal que respeten sus derechos y favorezcan su desarrollo*: es importante además de contribuir al buen ambiente laboral, atender a la protección de los empleados y permitirles su crecimiento, mediante una capacitación permanente. Se reitera en este aspecto, que la RSE no significa el sólo acatamiento a las de las leyes laborales, lo cual es de rigor;
2. *Transparencia y buen gobierno corporativo*: la información debe ser de público acceso a sus, dado que los estados contables, ganancias, pérdidas, proyecciones de incremento

futuro, inversiones, etc. conciernen al interés público. Además, al interior de la empresa, también se ha de aplicar la democracia, donde todos los accionistas tengan voz, incluso hasta el más pequeño;

3. Juego limpio con el consumidor: comprende el cuidado por la calidad de los productos que se ofrecen al mercado o el servicio que se presta, y su relación con el precio, etc., como asimismo, la observancia de las normas estrictas de higiene en la fabricación de productos, lo cual involucra la salud de toda la población;
4. Protección del medio ambiente: prevé un desarrollo económico sustentable, que permita la prosperidad y el crecimiento, sin dañar el medioambiente, medida importante tanto para la supervivencia actual como para no perjudicar a las generaciones venideras;
5. Integración a los grandes temas sociales: debe propender a la cooperación con las decisiones que el Estado adopta, ellas a través de políticas públicas conducentes a un crecimiento en conjunto;
6. No practicar un doble código de ética: fundamentalmente esto se da en el caso de las multinacionales, que deben cumplir con la legislación vigente de los países donde la firma desarrolla su actividad, pues no se trata de beneficiar al estado matriz y perjudicar a los demás.

La RSE, desde el punto de vista de su interpretación conceptual, comprende el conjunto de acciones antes mencionadas, pero que no responden sólo al sector empresario, sino también a los actores con los que se relaciona en el ámbito corporativo o de negocios, como con los consumidores.

Éstos tienen una importante cuota de compromiso, ya que son quienes con su consumo, fomentan la permanencia de la firma en el mercado donde se desenvuelven. Por el contrario, pueden perjudicarla -mediante la publicidad del “boca en boca”- si la calidad de los productos o de los servicios que prestan, no son satisfactorios.

La RS es un modelo de gestión ética y transparente, que permite medir los impactos de la organización, en el medio que la rodea, donde sus objetivos, apuntan al desarrollo sustentable de la comunidad. Este modo de gestión, hace de la RS una forma de práctica, que debe convertirse en un hábito, y genera indicadores para su estudio.

Tanto el Instituto Ethos, de Brasil, como el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), en el año 2010, desarrollaron una herramienta para la evaluación y planificación de los procesos de RSE, compuesta por las siguientes dimensiones:

- **Valores, transparencia:** la toma de decisiones en la empresa debe considerar todos aquellos principios que pongan de manifiesto la cultura organizacional y orienten el cumplimiento de su misión; la conducción del desempeño sustentada en valores ayuda también a una relación con sus públicos de forma ética. En este sentido, la transparencia es uno de los pilares de organizaciones que quieren establecer patrones éticos de relacionamiento.
- **Público interno:** se tiene en cuenta cómo la empresa dialoga con los sindicatos, por ejemplo, si proporciona información sobre las condiciones de trabajo, políticas de remuneración, beneficios y carrera, objetivos que afecten al personal, si hay libertad para la representación gremial, si se compromete con el futuro de los hijos de sus empleados, si valora la diversidad, entre otras cuestiones.
- **Medio Ambiente:** si la empresa tiene un verdadero compromiso con el medio ambiente, los aspectos más relevantes a evaluar son los siguientes: educación y creación de conciencia ambiental, gerencia del impacto sobre medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios, cómo se planifica la utilización de recursos y se controla la generación y destino de residuos.
- **Proveedores:** se refiere a la relación que la empresa establece con sus proveedores, a partir de la cual puede reflejarse el compromiso que tienen con los principios de RS, entre el que se analizan temas como la selección y evaluación de proveedores; el trabajo infantil y el trabajo forzado o análogo al esclavo, en la cadena productiva; el apoyo al desarrollo de los proveedores.
- **Consumidores y clientes:** el marketing de la empresa no puede dissociarse de la preocupación por la RS. La búsqueda de coherencia en lo que respecta a estas acciones es señal que desea crear valores para la sociedad y comunicarlos, afirmando una imagen de credibilidad y confianza. En este sentido, la empresa debe desarrollar una política formal de comunicación, alineada con sus valores y principios, que abarque todos los materiales de comunicación internos y externos, estimule la comunicación con clientes y consumidores y esclarezca los aspectos innovadores de sus productos y servicios, así como los cuidados necesarios para su uso, fomente la cultura de RS y la transparencia en la comunicación con consumidores y clientes.
- **Comunidad:** la empresa debe tratar primordialmente, con su comunidad de referencia, el impacto producido por sus actividades. Por tanto, es necesario que tenga conocimiento de las repercusiones que genera y, en consecuencia, si posee un proceso estructurado para registrar quejas y reclamos. Igualmente, si promueve reuniones sistemáticas para informar a los liderazgos locales acerca de las providencias que ha tomado, si tiene algún tipo de financiamiento para acción social, si apoya el trabajo voluntario de los empleados.

- **Gobierno y sociedad:** bajo este ítem, la empresa debe tomar en cuenta para estar acorde a los principios de la RSE las contribuciones para campañas políticas, prácticas anticorrupción y soborno, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales gubernamentales.

4.2. Balance Social

Toda organización cuenta con información financiera y no financiera para la toma de decisiones, la cual debe ser lo más clara y precisa para un buen funcionamiento. Dentro de la no financiera, se pueden distinguir dos clases: las “*Memorias o Informes de Sostenibilidad*” y los “*Informes de Gobierno Corporativo*”, que en el país, a la primera, se la designa como Balance Social (en adelante BS).

Lenardón (2013) asocia el BS a toda aquella iniciativa que directa o indirectamente busca reflejar la información empresarial, en el ámbito de la responsabilidad social, demostrando precisamente, que se trata de una empresa ciudadana.

4.2.1. Marco normativo del BS

Primeramente, es necesario recordar el avance heterogéneo de la RS en la Argentina, la cuestión de la legislación que da origen a puntos de vista de control de gestión y pertinencia de profesionales sobre el tema.

Desde esta perspectiva, en la evolución en materia de reporte en sostenibilidad, se advierten algunos desarrollos normativos, entre los que merece destacar al de la Ley N° 25.877/04 de Régimen Laboral, que, en su Título II - Capítulo IV - Artículos 25 y 26, establece la obligatoriedad de preparar un BS anual, para empresas que ocupen más de 300 trabajadores, y remitirlo al sindicato con personería gremial signatario de la convención colectiva de trabajo que le sea aplicable.

Cabe aclarar que se entiende que ese BS comprende el balance general anual, cuenta de ganancias y pérdidas, notas complementarias, cuadros anexos, memoria del ejercicio, estado de evolución económica y financiera, y finalmente, la información relacionada con el personal. No obstante, la norma arriba citada si bien está vigente, no se halla reglamentada aún.

Por su parte, el Decreto Nacional 4799/11 establece la obligatoriedad del BS en el Sector Público, cuya implementación será progresiva en el transcurso de los siguientes cuatro años.

Fuera de la normativa nacional, se encuentra la Ley N° 2.594 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) de 2007, que tiene por finalidad promover comportamientos socialmente responsables por parte de las firmas con más de 300 trabajadores y con una facturación que supere los valores indicados para medianas empresas, según la Resolución SEPYME 147/06, que tengan domicilio legal en esa jurisdicción, obligándolas a presentar un BS.

A su vez, esto es voluntario para el resto de las organizaciones más pequeñas, otorgándoles beneficios promocionales a las que lo hagan, como acceso a créditos, programas especiales, incentivos para innovación tecnológica y otros.

El Decreto 517/11, de la Provincia de Salta, constituye un importante antecedente en cuanto al reconocimiento de la incumbencia del contador público en la auditoría del BS y de los profesionales en Ciencias Económicas en la preparación del mismo.

Establece, para todo tipo de organizaciones, la elaboración de un Balance Socio-Ambiental anual, obligatorio para aquellas que deseen obtener el Sello de Gestión Salteña Ecoeficiente o Ecosello, siendo opcional para el resto. El Ecosello, creado por Ley Provincial 7163, se obtiene luego del cumplimiento de 4 etapas, certificadas por IRAM, donde una de ellas, se logra con la presentación del BS.

En la Provincia de Mendoza, la Ley de Responsabilidad Social Empresaria, de Octubre del año 2012, fija el marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRSAE), estipulando que a éste lo auditará un contador público independiente, quien emitirá su informe de acuerdo a normas profesionales.

La Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas (en adelante FACPCE) desarrolló el Proyecto de Ley N° 3792-D-2011 exigiendo a aquellas organizaciones que empleen más de 300 personas, o que sean proveedoras del Estado, beneficiarias de subsidios o de planes de promoción, presentar un BS, auditado por un contador público independiente, como así también prevé beneficios para las que no estando obligadas, igualmente lo hagan.

Asimismo, se encuentra en tratamiento, el Proyecto 23 de Resolución Técnica sobre BS, vislumbrándose así un incipiente desarrollo normativo, en el cual algunas provincias han tomado la iniciativa, y seguramente otras las imitarán en lo sucesivo.

Si bien los Licenciados en Administración de Mendoza se abrieron de la esfera del CPCE y de la FACPCE, creando una asociación propia denominada ALAM, cabe destacar como valioso antecedente, y avance en materia de definición de sus incumbencias, la sanción de la Ley Provincial N° 8765, el 25 de Noviembre de 2014, de la regulación del ejercicio de la profesión.

En su Título I - Artículo 10 expresa que: “la firma de un Licenciado en Administración, sobre los informes en relación con la organización, dirección, *Balance Social* o cualquier otro aspecto administrativo inherente a su profesión, acerca de una entidad pública o privada, presupone que el mismo fue preparado a la luz de la información disponible y veraz y con sujeción al régimen jurídico vigente.”

4.2.2. Estructura y pautas de presentación

El BS mezcla indicadores sociales que facilitan la medición de la relación que existe entre la organización y su entorno, específicamente sus grupos de interés.

Constituye una herramienta de gestión que permite aplicar las políticas organizacionales y ver la evolución de su aplicabilidad, contribuyendo a la elaboración de planes estratégicos para un mejor y mayor desarrollo en la comunidad.

El conjunto de indicadores que componen el mencionado informe, es el reflejo, como ya se dijo, de una aplicación de estrategias de RS, compuestas por sus acciones en concreto, que no debe olvidar la misión y visión de la entidad, no surgen sólo de una necesidad de la comunidad, sino también de un análisis interno de las potencialidades y debilidades de la organización.

Mondragón Pérez (2002) cita a Bauer, quien en 1966 expresa que “los indicadores son estadísticas, serie estadística o cualquier forma de indicación que facilita estudiar dónde se está y hacia dónde se dirige con respecto a determinados objetivos y metas, así como evaluar programas específicos y determinar su impacto”.

Estudiar “*dónde se está y hacia dónde se dirige*”, lleva a la aplicación de acciones de RS, las cuales después se miden en el BS a través de sus respectivos indicadores. El “*dónde se está*” lo define el diagnóstico organizacional, pues las acciones de RS no deben escapar a un análisis previo.

Esta etapa plantea los cuestionamientos lógicos de qué tipo de organización se trata, naturaleza, cultura, entorno, grupos de interés internos y externos, conflictos, cambios; en fin, un conjunto de factores organizacionales necesarios e imprescindibles para toda política de aplicación.

En este sentido, Lenardón (2013) el BS debe contar con dos partes componentes:

1. **Memoria de Sustentabilidad:** la FACPCE adopta para su implementación, las pautas y principios establecidos en la Guía para la confección de Memorias de Sustentabilidad elaborados por la Global Reporting Initiative (GRI).
2. **Estado de Valor Agregado (EVA):** para su elaboración, se aplican las disposiciones contenidas en el Capítulo IV de la Resolución Técnica 36 de la FACPCE.

La norma GRI, en su versión G3.1 (2011), representa un estándar internacional con gran aceptación a nivel mundial para la preparación de reportes de sostenibilidad.

Si bien no define qué se entiende por Memoria de Sostenibilidad, hace referencia a su propósito, expresando que “la elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos, en relación con el desempeño de la organización, con respecto al objetivo del desarrollo sostenible.”

Y agrega que “...es un término muy amplio que se considera sinónimo de otros, también utilizados para describir la información relativa al impacto económico, ambiental y social (por ejemplo, triple cuenta de resultados, informes de responsabilidad corporativa, etc.).”

Siguiendo lo antes expuesto, el BS debe contemplar los siguientes elementos:

1. LA ORGANIZACIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS

1.1 Perfil de la Organización

1.2 Dimensiones de la Organización

1.3 Compromiso, Iniciativas y Asociaciones Externas

1.4 Parámetros del Balance Social y Memoria de Sustentabilidad

1.5 Grupos de Interés

2. GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD

2.1 Gobierno

2.2 Misión, Visión y Valores

2.3 Ética e integridad

3. DESEMPEÑO ECONÓMICO

3.1 Contexto económico

3.2 Indicadores

4. DESEMPEÑO AMBIENTAL

4.1 Gestión Ambiental

4.2 Recursos, residuos, emisiones

5. DESEMPEÑO SOCIAL

5.1 Prácticas Laborales

5.2 Derechos Humanos

5.3 Sociedad

5.4 Responsabilidad sobre productos y servicios

4.3. El Balance Social como informe de prácticas de Responsabilidad Social

La demanda social de responder por las acciones, que se pide a las distintas organizaciones, las cuales marcan el destino de toda una comunidad con sus decisiones, convierte a los informes de sustentabilidad o BS en necesarios.

Dicha demanda se origina en dos sentidos:

1. desde la óptica cronológica, referida a la evolución concreta de la RS en los últimos años, que, como dice el Dr. Kliskber, a lo largo del tiempo, se pasa de organizaciones narcisistas, luego filantrópicas, y en este siglo, llegan a socialmente responsables.
2. a partir de las inflexiones o llamadas “crisis” de la economía, en las que aparecen inquietudes de las personas, que terminan en una interpelación a las acciones de las organizaciones, por su trato o destrato de los intereses en común.

Para que una organización se reconozca socialmente responsable y no caiga en la filantropía, la caridad, o la simple solidaridad, debe observar su forma de gestionar, la cual es susceptible de medirse, perfeccionarse y modificarse. Es por esta cuestión que los distintos autores remarcan esta diferencia fundamental en el estudio de la RS: Filantropía \neq Solidaridad \neq Responsabilidad Social.

Ejemplificando esta situación, muchas fundaciones promueven donaciones y diversas actividades filantrópicas, sin generar un valor agregado ni en sentido económico, ni social para la comunidad a la cual brindan sus aportes, o existiendo en tal sentido, una planificación pues se trata de sucesos esporádicos o más frecuentes en algunos casos, pero que atienden y/o palian sólo una urgencia muy inmediata, en lugar de abarcar cuestiones de fondo que puedan medirse y compararse en el tiempo, y demostrar así un desarrollo social.

En efecto, la ética que se desprende de la RS, por las características antes vistas, conduce a poner en la agenda de la organización nuevos temas como la consideración de su RS en términos de *gestión de impactos* (y no de iniciativas buenas) porque se trata de analizar permanentemente el campo de inter-retro-acciones, donde opera la organización y de minimizar los impactos negativos diagnosticados.

Para lo cual resulta imprescindible *realizar reportes diagnósticos regulares* con determinados indicadores, para detectar los efectos no deseables en la trama compleja de la “ecología de sus acciones”. Aquí nace la noción de Reporte de Sostenibilidad y sus instrumentos de gestión (BS, huella ecológica, etc.).

Ello conduce a asociar a todas las partes afectadas por la acción de la organización y con otras organizaciones que tengan los mismos efectos en el campo social, en el relevamiento del (siempre difícil, por ser complejo) diagnóstico de impactos, la elaboración de los buenos indicadores, y obviamente, involucrarlas en la solución de los problemas, para ayudarse mutuamente y tener mayor repercusión al momento de revertir tendencias. De aquí surgen los *“stakeholders”, grupos de interés, o partes interesadas*.

Esto, desemboca lógicamente en la *definición de normas y estándares* de gran difusión, para ponerse de acuerdo correctamente entre todos, poder comparar una situación con otra, con instrumentos de análisis similares, y lograr definir expectativas de comportamiento organizacional validadas por todas partes, lo que se conoce como la buena ciudadanía corporativa global.

Estos estándares comunes permiten finalmente el reconocimiento y la difusión universal de los deberes de las organizaciones en el gran público, así como la comunicación rápida de sus faltas éticas, a fin de informar y educar a los usuarios, en su necesaria tarea de vigilancia ciudadana.

El resultado final de toda la *estrategia de la RS* es la constitución de una trama global inteligente y consciente de ciudadanos e instituciones, atentos y responsables de la sustentabilidad del mundo, como casa común y única morada que la globalización tiene.

Tomando los elementos de la ética de la RS, se remarca que el BS es una herramienta comunicacional transparente, que marca una agenda de trabajo, teniendo en cuenta los grupos de interés.

Se trata de un enfoque sistémico y dialogal de sus partes intervinientes, que contribuye a la construcción estándar de indicadores que permitan medir los objetivos, metas y planes de la entidad, sin dejar de contemplar la comunidad donde ésta acciona.

Esta naturaleza comunicacional, reflejo de un diálogo, tanto del equipo de trabajo interno como de los grupos que interesan a la organización, se plasma en el BS a través de las políticas de acciones de RS, al cual se considera cual factor determinante para transparentar la organización y sobre todo que se entienda quién es ésta y a dónde va.

Con el objetivo de mostrar cómo se comunican dichas acciones, se toma de muestra el primer BS de la FACPCE y se analizan sus partes componentes, en el que su Presidente Dr. José Luis Arnoletto afirma el convencimiento de que una cultura basada en la transparencia y en el diálogo permitirá no sólo compartir las acciones con todos los grupos de interés y la sociedad en general, sino, a su vez, reflexionar sobre el camino recorrido y sobre los nuevos desafíos a afrontar.

En su parte inicial, ya se define como entidad, declara sus valores y principios, dónde está y a dónde quiere llegar como organización social. En sí, esto no representa una acción de RS, pero permite mostrar qué intenciones tiene como institución con la comunidad.

I. Nuestra Institución
(G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8)

1.1 QUIÉNES SOMOS
(G4-3, G4-5, G4-6, G4-7)

La Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas es una entidad de segundo grado que nuclea a los veinticuatro Consejos Profesionales de todo el país en representación de los más de 150.000 matriculados de las carreras de Ciencias Económicas, entre ellas: Contador Público, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía y Actuarios.

1.2 HITOS HISTÓRICOS

SEPTIEMBRE DE 1973
Creación del Centro de Estudios Científicos y Técnicos (CECyT)

Asimismo, el BS destaca el compromiso del ente con sus partes interesadas, en este caso concreto con el profesional, lo que lleva al informe a detallar los aportes que hace por la profesión, como la mejora de la calidad del trabajo e incorporación de campos de competencia, en defensa de sus asociados.

Compromiso con las profesiones

Con variaciones significativas por el avance técnico-científico, el contexto socio-económico y el juego de intereses sectoriales, la Federación lucha permanentemente por la defensa gremial y la jerarquización de la profesión, a través de la constante vinculación con el sector profesional y el intercambio de experiencias entre sus integrantes, lo que le permite fortalecer sus competencias, superando limitaciones y combatiendo la mediocridad.

I.4 POLÍTICA DE CALIDAD

En su compromiso de trabajar por las profesiones de Ciencias Económicas, defendiendo sus incumbencias y

promoviendo su jerarquización, la FACPCE implementó una política de calidad fundamentada en los siguientes criterios:

- ✓ Ser el referente nacional e internacional en la defensa de los intereses de la comunidad de profesionales, sosteniendo la gestión en los pilares del federalismo, la integración y la solidaridad.
- ✓ Identificar las necesidades de los grupos de interés y cumplir de manera clara e inequívoca con sus requisitos para obtener así la máxima satisfacción respecto a los servicios prestados.
- ✓ Reforzar nuestro compromiso con el país y con la comunidad de profesionales, realizando investigaciones

Las acciones de RS se reflejan también, en el BS, mediante sus estrategias con los grupos de interés y prácticas concretas que se implementan para alcanzar las metas establecidas; el reconocimiento de los grupos hace que se logre la aplicación y medición de las acciones, una vez detectadas las necesidades que deben satisfacerse y que permitan un desarrollo mutuo.



3.2 PARTICIPACIÓN E INVOLUCRAMIENTO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS
(G4-8, G4-16, G4-24, G4-26, G4-27, G4-37)

A fin de definir la estrategia institucional de sustentabilidad, nuestra Institución ha identificado los grupos de interés con los cuales se relaciona. En este proceso, se procuró conocer sus expectativas y evaluar nuestra capacidad de respuesta.

Este procedimiento fue llevado a cabo por los integrantes de la Mesa Directiva, quienes realizan periódicamente reuniones en forma individual con cada uno de los grupos de interés para recabar sus inquietudes y exponer ante ellos las expectativas de los Consejos Profesionales y de los matriculados.

La capacidad de respuesta de los intervinientes

También en el BS se aprecia, como es de corresponder, la aplicación de la RT N° 36, que implica una visión en términos económicos de los movimientos, en base a los grupos que se consideran de interés.

El ítem de cuidado del medioambiente implica otra política que hace a la llamada sustentabilidad. Los indicadores que se tomen deben demostrar en forma positiva los resultados, si se están efectivamente empleando correctamente las acciones de responsabilidad concreta.

Por ejemplo, un indicador de medición de gastos de energía, permite determinar si una política de más utilización de luz natural y menos reuniones nocturnas son más eficientes para la

entidad, sin dejar de tener en cuenta el impacto que un cambio de horario genera en el grupo del personal interno de cada organización.

Las acciones a medir deben ser claras, pertinentes, accesibles, realizables, cuantificables, y compatibles con las circunstancias de cada grupo de interés, cuestión que no sólo permita una medición de la implementación, sino también una corrección y perfeccionamiento, la inclusión de las oportunidades de los distintos grupos, y un desarrollo pleno de la organización sobre la cual se implementa el BS.

5. MARCO METODOLÓGICO

5.1. Elección del tema de estudio

Este trabajo se trazó desde la disciplina de la Administración, en especial en todo lo referente a la Responsabilidad Social como modelo de gestión. En tal sentido, el mismo versó sobre las competencias del Licenciado para la elaboración del Informe de Sustentabilidad.

5.2. Objetivos de la Investigación

Como *objetivo general* se pretendió identificar las competencias del Licenciado en Administración que le dan idoneidad para la elaboración del Balance Social.

Como *objetivos específicos* se persiguieron los siguientes:

- Exponer los elementos del Balance Social y requisitos para su elaboración;
- Analizar el perfil del Licenciado en Administración y las competencias que le brinda su formación.

5.3. Objeto de Estudio

Se tomó el caso particular del nuevo Plan de Estudios de la Licenciatura en Administración de la UNNE, por su enfoque no tradicional por objetivos, sino por basarse en competencias.

5.4. Alcance de la Investigación

Carlos Sabino (1998) establece que “las investigaciones descriptivas se proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de

manifiesto su estructura o comportamiento. No se ocupan, pues, de la verificación de hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente.”

Hernández Sampieri (2003), junto a otros autores, cita a Danhke, quien establece que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. Y continúan expresando que, “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.”

En este aspecto, y dado los objetivos del presente trabajo, su alcance fue **descriptivo**, puesto que se pretendía mostrar en qué consiste el Balance Social y detectar cómo es la formación del Licenciado en Administración en función de su Estructura Curricular.

5.5. Tipo de Investigación

Según Sabino (1998), se observan cuatro tipologías: puras o aplicadas, bibliográficas o de campo.

Los trabajos de indagación suelen clasificarse en puros o aplicados, según su propósito esté más o menos vinculado a la resolución de un problema práctico. Si éste es el caso, si los conocimientos por obtener son insumo necesario para proceder luego a la acción, se habla entonces de investigación aplicada; en caso contrario, naturalmente, cuando no existe una posibilidad directa de aplicación, se está ante lo que se llama investigación pura.

Los trabajos bibliográficos operan sobre la base de datos secundarios... hacen una tarea centrada en la síntesis de conocimientos o en la reelaboración teórica. Los trabajos de campo, sea el experimental, las encuestas, o los estudios de caso, se benefician de los estudios de laboratorio.

En este caso, se encuadró dentro de un esquema puro y bibliográfico:

- **Puro**, ya que simplemente se buscó abordar un tema para contribuir con futuros análisis y debates, por ejemplo de quienes tienen a su cargo, resolver cuestiones del ejercicio profesional.
- **Bibliográfico**, pues se recurrió a la recopilación y síntesis de un amplio material de lectura, bajo diversas modalidades de publicación, que se constituyeron en información ya elaborada por diferentes autores, incluida en otras investigaciones, permitiendo una

filtración de lo recabado para la elaboración del marco conceptual en el cual se basó, como así también en el análisis interpretativo de documentos para extraer categorizaciones.

5.6. Enfoque o Estrategia de abordaje

Las investigaciones pueden tener un enfoque cualitativo, cuantitativo, o una integración de ambos. Su definición depende del problema que se desea investigar, y sus objetivos.

Los métodos cuantitativos, a diferencia de los cualitativos, se caracterizan por las observaciones y entrevistas estructuradas o semiestructuradas, cuestionarios autoadministrados, análisis estadísticos, experimentos.

Para Naresh K. Malhotra (2004), “la investigación cuantitativa consiste en metodología que busca cuantificar los datos y, en general, aplicar alguna forma de análisis estadístico.”

Este trabajo consistió en una investigación **cuantitativa**, debido que se aplicaron mecanismos para interpretar la información, desde la búsqueda de la estandarización y comparación análoga de contenidos de los documentos bajo análisis.

5.7. Diseño de la investigación

Hay investigaciones experimentales como no experimentales. Para Hernández Sampieri y otros autores (2003), la investigación no experimental podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables... es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos.

En un estudio no experimental no se construye ninguna situación sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador... en la investigación no experimental estamos más cerca de las variables hipotetizadas como reales y, en consecuencia, tenemos mayor validez externa (posibilidad de generalizar los resultados a otros individuos y situaciones cotidianas).

Dentro de las investigaciones no experimentales, se encuentran las transeccionales o transversales y las longitudinales. “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (o describir comunidades, eventos,

fenómenos o contextos). Es como tomar una fotografía de algo que sucede.” (Hernández Sampieri, et. al., 2003)

En este trabajo, el diseño fue **no experimental, transversal**, ya que no sometió a personas a ninguna prueba ni se les aplicó ningún instrumento de recolección de datos, sino que el análisis de los textos con los que se contaba, se dio en un momento determinado y por única vez.

6. DESARROLLO

En América Latina, los avances en el tema, son relativamente recientes. Se han realizado los proyectos “*Alfa Tuning para América Latina*” y “*6x4 UEALC*” sobre las competencias profesionales en general, y para algunas disciplinas, en particular.

Las competencias pueden entenderse como “las capacidades que todo ser humano necesita para resolver, de manera eficaz y autónoma las situaciones de la vida. Se fundamentan en un saber profundo, no sólo en un saber qué y saber cómo, sino saber ser persona en un mundo complejo, cambiante y competitivo.” (Beneitone, et.al., 2007: 35)

En el informe final del Proyecto Tuning (2007: 35-36), sus autores continúan diciendo que “el modelo pedagógico que involucra la formación por competencias propone zanjar las barreras entre la escuela y la vida cotidiana en la familia, el trabajo y la comunidad, estableciendo un hilo conductor entre el conocimiento cotidiano, el académico y el científico. Así, al fusionarlos, plantea la formación integral que abarca conocimientos (capacidad cognoscitiva), habilidades (capacidad sensorio-motriz), destrezas, actitudes y valores.”

En otras palabras, en ese informe, el concepto de competencia, en educación, se presenta en diversas áreas: cognoscitiva (*saber*), psicomotora (*saber hacer, aptitudes*), afectiva (*saber ser, actitudes y valores*).

En síntesis, cada competencia supone la comprensión de determinados conocimientos, habilidades, y actitudes, como así también evidencias que ayudan a determinar su grado de alcance. Éstas se clasifican en genéricas, transversales, y específicas:

- 1) Las *competencias genéricas* son definidas como aquellas que deben compartir profesionales de diversas disciplinas, y permiten una interacción en sociedad como personas capaces de compartir y trabajar interdisciplinariamente.

- 2) Las *competencias transversales* son aquellas que comparten las personas de disciplinas similares, y habilitan para generar acciones efectivas de manera compartida con personas que tienen lenguajes comunes en su desempeño profesional.
- 3) Las *competencias específicas* (o profesionales) son todas aquellas relacionadas directamente con el quehacer profesional, y no pueden ser transferibles, a no ser indirectamente, por las habilidades adquiridas que puedan ser readaptadas, sino que están ligadas estrictamente a una especialidad definida.

La Universidad Nacional del Nordeste, por su parte, durante el período 2004-2007, participó activamente en el Proyecto 6X4 UEALC, por medio del cual se definieron, entre otras, las siguientes competencias del Licenciado en Administración, que se encuentran plasmadas en el Resumen Ejecutivo (2008):

GENÉRICAS

1. Buscar, seleccionar, utilizar y evaluar la información actualizada y pertinente para la toma de decisiones en su campo profesional.
2. Utilizar tecnologías de información y comunicación genéricas y especializadas en su campo, como soporte de su ejercicio profesional.
3. Identificar, delimitar y resolver situaciones y/o problemas.
4. Elaborar y aplicar modelos para el abordaje de la realidad.
5. Organizar, dirigir y colaborar en equipos de trabajo orientados al cumplimiento de objetivos.
6. Manejar efectivamente la comunicación en su actuación profesional.
7. Trabajar y convivir en contextos de diversidad y pluralidad.
8. Comprender, analizar, modelar, sintetizar y resolver situaciones de su campo de formación profesional.
9. Generar nuevas ideas e impulsar el emprendimiento.
10. Desarrollar y ejecutar proyectos de manera efectiva.
11. Ejercer su profesión en el marco de la ética y la responsabilidad social.

TRANSVERSALES

1. Comprender y aplicar los elementos básicos de la administración de organizaciones, sus diversas áreas de acción, y la interacción entre las mismas.
2. Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos socio-políticos que rodean a las organizaciones, en un contexto de mundo globalizado.
3. Identificar y argumentar sobre los elementos del marketing desde la perspectiva del cliente y del productor, con capacidad de tomar decisiones dentro del ámbito de su profesión.

4. Comprender y utilizar la información financiera de las organizaciones, en la toma de decisiones.
5. Comprender y utilizar los principios de administración por procesos en la gestión de las organizaciones.
6. Diseñar y aplicar estrategias y tácticas de negociación justas y equitativas.

ESPECÍFICAS

1. Formular y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el marco de las diferentes teorías administrativas, en sintonía con el contexto de la organización y sus características particulares.
2. Propiciar sinergias que permitan enfocar la gestión, al logro de los resultados esperados, alineando las áreas funcionales de la organización.
3. Diseñar, implementar y evaluar procesos de comercialización, que tengan como eje central a los diferentes tipos de clientes y/o demandantes de servicios que interactúan con la organización.
4. Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos (materiales y humanos), a partir del análisis de los sistemas de información (internos y externos).
5. Liderar y administrar el talento humano, para el logro y consecución de los objetivos de la organización.
6. Integrar la organización con el entorno, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales del medio en el cual desarrolla su gestión.
7. Optimizar la gestión empresarial, apoyada en sistemas de información efectivos, y en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).
8. Analizar, diseñar y sostener, sistemas de calidad y de la gestión del cambio.
9. Desarrollar la cultura de la organización en el marco de la misión, visión y valores que la identifican y diferencian.
10. Crear, mantener y desarrollar redes organizacionales e interpersonales, para la consecución de los objetivos.
11. Diseñar, rediseñar e implementar estructuras, procedimientos y sistemas alineados a las estrategias organizacionales.

6.1. Perfil y competencias del Licenciado en Administración de la UNNE

Con el Plan de Estudios del año 1998, se crea a la Licenciatura en Administración como carrera de grado, en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNNE.

Sin embargo ese plan tiene un enfoque por objetivos, mientras que el nuevo, ya con un enfoque por competencias, a implementarse tras el cambio curricular resuelto el año pasado, propone el alcance de las siguientes:

Primer Año

Fundamentos de Administración:

- Comprender los elementos básicos de la Administración de organizaciones, sus áreas y la interacción entre las mismas.
- Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos sociales, políticos y económicos que rodean a las organizaciones en un contexto de mundo globalizado.

Fundamentos de Contabilidad:

- Buscar y utilizar la información contable para la toma de decisiones.

Fundamentos de Economía:

- Conocer y comprender los principios de la economía y su interacción con la sociedad y en las organizaciones.

Álgebra y Geometría Analítica:

- Conocer y aplicar modelos matemáticos.

Fundamentos de Derecho Civil y Comercial:

- Identificar y comprender fenómenos jurídicos básicos.
- Comprender los institutos jurídicos fundamentales del derecho.

Cálculo Diferencial e Integral:

- Conocer y aplicar modelos matemáticos para el abordaje de la realidad.

Metodología de las Ciencias Sociales:

- Conocer y relacionar e integrar teorías, modelos y métodos aplicables en la ciencia.

Segundo Año

Microeconomía Básica:

- Comprender y aplicar los principios de microeconomía y su interacción con la sociedad y en las organizaciones.

Evolución del Pensamiento Directivo:

- Analizar y comprender los fundamentos de la administración a través de su evolución histórica.
- Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos sociales, económicos y políticos que rodean a las organizaciones desde una perspectiva histórica.
- Relacionar e integrar teorías, modelos y métodos en la organización y su entorno.

Derecho Público:

- Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos sociales, políticos y jurídicos que rodean a las organizaciones.

- Integrar Comprender el marco jurídico pertinente a las organizaciones.

Introducción a la Estadística:

- Seleccionar, utilizar y evaluar la información pertinente para la toma de decisiones.

Contabilidad para la Gestión:

- Comprender y utilizar la información económico-financiera de las organizaciones en la toma de decisiones en su campo profesional.

Derecho Empresario:

- Identificar y comprender los institutos jurídicos que rodean a las organizaciones.
- Integrar el marco jurídico pertinente a las empresas.

Macroeconomía Básica:

- Comprender y aplicar los principios de macroeconomía y su interacción con la sociedad y en las organizaciones.

Tercer Año

Inferencia Estadística:

- Utilizar los modelos estadísticos e interpretar los resultados como soporte para la toma de decisiones.

Finanzas Públicas:

- Comprender y utilizar la información económico-financiera relacionada con la organización pública.

Marketing:

- Diseñar, implementar y evaluar procesos de comercialización que tengan como eje los diferentes tipos de clientes y/o demandantes que interactúan en la organización.
- Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el marco del área comercial de la organización.
- Relacionar e integrar teorías, modelos y métodos del área comercial de la organización y su entorno, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales.

Matemática Financiera:

- Utilizar los principios y modelos de matemática financiera e interpretar los resultados como soporte para la toma de decisiones.

Sistemas Administrativos:

- Comprender y aplicar la teoría administrativa y las herramientas para la gestión de las organizaciones, sus áreas y la interacción entre las mismas.
- Analizar los sistemas administrativos vigentes y diseñar propuestas conducentes al desarrollo organizacional.
- Conocer la misión, visión y valores en el marco de la cultura organizacional.

Espacio de Integración I - Organización Empresaria:

- Integrar y organizar equipos de trabajo orientados al cumplimiento de objetivos.
- Analizar la gestión organizacional a partir de herramientas orientadas a las problemáticas administrativas y comerciales.
- Resolver y asesorar respecto a cuestiones administrativas teniendo en cuenta la influencia del contexto en la organización.
- Diseñar y aplicar estrategias y tácticas de negociación.

Cuarto Año

Administración Financiera:

- Reelaborar la información financiera de las organizaciones y utilizarla para la toma de decisiones.
- Utilizar los modelos matemáticos que den soporte a la toma de decisiones financieras y de inversión.
- Tomar decisiones de inversión y financiamiento a partir del análisis de la información.

Administración del Talento Humano:

- Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en la administración del talento humano de la organización.
- Administrar el talento humano en el contexto de la cultura organizacional.
- Integrar el marco jurídico pertinente.

Toma de Decisiones:

- Comprender y utilizar modelos y herramientas de gestión administrativa apoyada en el uso de las TIC.
- Relacionar e integrar teorías, modelos y métodos para la toma de decisiones de la organización.

Administración Estratégica:

- Desarrollar y diseñar la visión y misión de una organización.
- Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en las distintas áreas de la organización.
- Propiciar el emprendedorismo y la creación, mantenimiento y desarrollo de redes organizacionales e interpersonales.

Administración de Operaciones:

- Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el área operativa de la organización.
- Facilitar la optimización de la gestión de la función operativa apoyada en el empleo de los sistemas de información y en el uso de las TIC.
- Analizar, diseñar, implementar y evaluar sistemas de calidad.

- Administrar los sistemas logísticos y productivos integrales que impacten en la cadena de valor.

Investigación de Mercados:

- Generar y evaluar la información pertinente para la toma de decisiones comerciales en su campo profesional.
- Facilitar la optimización de la gestión de la función comercial apoyada en el empleo de los sistemas de información y en el uso de las TIC.
- Participar en proyectos de investigación aplicada.

Espacio de Integración II - Información para la Gestión:

- Diseñar, rediseñar e implementar sistemas integrados a las estrategias organizacionales.
- Diseñar, rediseñar y recomendar la visión y misión de una organización.
- Analizar y optimizar la gestión organizacional apoyada en el empleo de los sistemas de información y en el uso de herramientas informáticas.
- Relacionar modelos y métodos en la organización y su entorno.
- Diseñar y gestionar sistemas de control de gestión vinculados al direccionamiento estratégico.

Quinto Año

Preparación y Evaluación de Proyectos:

- Generar y evaluar la información pertinente para la toma de decisiones en proyectos productivos y sociales.
- Formular proyectos productivos y sociales a partir de la planificación de los recursos necesarios.
- Evaluar la viabilidad de oportunidades de inversión.

Administración Pública:

- Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en las distintas áreas del Estado.
- Optimizar la gestión organizacional de las entidades públicas.

Sociología de las Organizaciones:

- Desarrollar la visión, misión y valores en el marco de la cultura de la organización.
- Analizar, diseñar, implementar y evaluar la gestión del cambio organizacional.
- Relacionar e integrar teorías y modelos en la organización y su entorno teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales.

Espacio Final de Integración:

En esta estructura curricular se incluye además, dos asignaturas optativas y una de libre elección.

En el perfil del graduado, se expresa que el Licenciado en Administración es capaz de:

1. Utilizar los principios y modelos matemáticos como uno de los soportes para la toma de decisiones.
2. Elaborar criterios que permitan relacionar teorías, modelos y métodos con la realidad de las organizaciones y el entorno.
3. Conocer el sistema institucional argentino, e integrar al componente administrativo y empresarial, el marco jurídico pertinente.
4. Diseñar, rediseñar e implementar estructuras, procedimientos y sistemas alineados a las estrategias organizacionales.
5. Comprender y aplicar los principios de la economía, tanto a nivel macro como micro, identificando los fenómenos de interacción económica en la sociedad y en las organizaciones.
6. Comprender y utilizar la información económica y financiera de las organizaciones en las que toma decisiones.
7. Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos, en el marco de las diferentes áreas de la organización.
8. Diseñar, implementar y evaluar procesos de comercialización que tengan como eje, los diferentes tipos de clientes que interactúan en la organización.
9. Diseñar y gestionar sistemas de seguimiento y evaluación de los objetivos planteados, en el direccionamiento estratégico.
10. Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos materiales y humanos, a partir del análisis de los sistemas de información internos y externos.
11. Administrar el talento humano, para el logro y consecución de los objetivos de la organización.
12. Orientar la organización a la creación de valor, a partir de modelos de valoración y riesgo.
13. Administrar los sistemas logísticos y productivos que integran la cadena de valor.
14. Analizar, diseñar e implementar, sistemas de calidad.
15. Gestionar la organización, integrándola a su entorno, teniendo en cuenta aspectos éticos y culturales.
16. Analizar, diseñar e implementar, estrategias para la gestión del cambio.
17. Diseñar y aplicar, estrategias y tácticas de negociación.
18. Propiciar y fomentar el emprendedorismo.
19. Propiciar y fomentar la creación, mantenimiento y desarrollo de redes organizacionales e interpersonales.
20. Diseñar, implementar y aplicar sistemas de información y comunicación para la gestión.
21. Manejar la comunicación en su actuación profesional en un idioma adicional al materno.

7. RESULTADOS

A continuación, se presentan las reflexiones e interpretaciones que surgen del análisis del marco teórico expuesto, comparado con el Plan de Estudios de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNNE.

En la construcción del BS, hay que tener en cuenta de qué organización se está hablando, y recordar que el mencionado informe es el reflejo de la medición de una gestión, en un periodo determinado de tiempo.

La aplicación de las disciplinas humanísticas, y la necesidad de una conciencia de transparencia, hace que ésta y otras profesiones implementen un informe honesto, que muestran sus indicadores sin tratar de acomodarlos con artilugios técnicos que impiden el verdadero desarrollo de la organización.

7.1. La idoneidad del Licenciado para la aplicabilidad de la Responsabilidad Social y de la confección del Balance Social

El perfil del egresado de la Licenciatura en Administración está orientado principalmente, a la gestión o aplicación de políticas y planes en una organización, lo cual comprende a su vez, un análisis de su impacto.

Sin ir más lejos, en las primeras teorías o *Fundamentos de Administración*, se encuentran los conceptos de planificar, organizar, dirigir y controlar, factores primordiales para llevar adelante a una gestión.

Cuando se analiza la asignatura de *Investigación de Mercado*, no sólo se estudian las necesidades del grupo de interés, llamado consumidor o cliente, sino que su esencia permite ver los grupos de interés externos de la organización y entender su comportamiento, de manera tal que no se trate de una mera forma comercial de trabajo, sino también de una interacción basada en la cooperación.

Ello conlleva, sin lugar a dudas, a los conceptos de una *Administración Estratégica*, materia de los últimos años de la carrera, que contribuye a accionar con los grupos de interés y a repensar la misión, visión y valores como organización, en el medio.

En lo aclarado anteriormente, se mencionó que la RS es dialogal y comunicacional. La comunicación representa un factor imprescindible en la construcción social, a la cual se trata a lo largo de varias cátedras de la estructura curricular.

En *Sociología de las Organizaciones*, por ejemplo, se trabaja en profundidad el tema de la comunicación organizacional, pero existe otra comunicación muy importante para la entidad, conocida como el marketing comunicacional, que también se lo aborda en *Comercialización*.

Comprende al coloquio que se realiza con el exterior, cómo se muestra la empresa y cómo quiere que se la aprecie, cómo transmite sus acciones en concreto y por sobre todo. El Licenciado en Administración, por su formación, puede identificar el correcto o erróneo uso de esta herramienta, y debe lograr que el marketing promueva una RS comprometida y verdadera y no un simple maquillaje.

En *Administración de Personal*, se hace hincapié en el análisis del activo más valioso de la organización, denominado público interno en términos de RSE, las personas, a quiénes las políticas de acción afectan indefectiblemente, por lo que deben aplicarse con mucho cuidado y comprensión del talento humano por sobre todo, y con su integración en la toma de las decisiones, pues la construcción de estas políticas deben apelar primordialmente, a su inclusión y desarrollo.

A modo ilustrativo, en la siguiente tabla, se identifican las competencias del Licenciado en Administración según su intervención en las distintas partes del BS:

PARTES DEL BS	COMPETENCIAS DEL LA
<p>LA ORGANIZACIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la Organización; • Dimensiones de la Organización; • Compromiso, Iniciativas y Asociaciones Externas; • Parámetros del Balance Social y Memoria de Sustentabilidad; • Grupos de Interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos sociales, políticos y económicos que rodean a las organizaciones en un contexto de mundo globalizado. • Analizar los sistemas administrativos vigentes y diseñar propuestas conducentes al desarrollo organizacional. • Diseñar, implementar y evaluar procesos de comercialización que tengan como eje los diferentes tipos de clientes y/o demandantes que interactúan en la organización. • Analizar, diseñar, implementar y evaluar la gestión del cambio organizacional.

	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar el emprendedorismo y la creación, mantenimiento y desarrollo de redes organizacionales e interpersonales. • Diseñar y aplicar estrategias y tácticas de negociación.
GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno; • Misión, Visión y Valores; • Ética e integridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer, desarrollar y diseñar la misión, visión y valores, en el marco de la cultura organizacional. • Integrar y organizar equipos de trabajo orientados al cumplimiento de objetivos. • Diseñar y gestionar sistemas de control de gestión vinculados al direccionamiento estratégico. • Relacionar e integrar teorías y modelos en la organización y su entorno teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales.
DESEMPEÑO ECONÓMICO <ul style="list-style-type: none"> • Contexto económico; • Indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender y utilizar la información económico-financiera de las organizaciones en la toma de decisiones en su campo profesional. • Utilizar los modelos estadísticos e interpretar los resultados, como soporte para la toma de decisiones. • Generar y evaluar la información pertinente para la toma de decisiones en proyectos productivos y sociales. • Analizar y optimizar la gestión organizacional apoyada en el empleo de los sistemas de información y en el uso de herramientas informáticas.
DESEMPEÑO AMBIENTAL <ul style="list-style-type: none"> • Gestión Ambiental; • Recursos, residuos, y emisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el área operativa de la organización. • Administrar los sistemas logísticos y productivos integrales que impacten en la cadena de valor.
DESEMPEÑO SOCIAL <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas Laborales; • Derechos Humanos; • Sociedad; • Responsabilidad sobre productos y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionar e integrar teorías, modelos y métodos del área comercial de la organización y su entorno, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales. • Formular, evaluar y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en la administración del talento humano de la organización, en el contexto de la cultura organizacional. • Integrar el marco jurídico pertinente.

	<ul style="list-style-type: none">• Analizar, diseñar, implementar y evaluar sistemas de calidad.
--	---

8. CONCLUSIÓN

Siguiendo la antes mencionada estructura del BS: 1. La organización y grupos de interés; 2. Gobierno, ética e integridad; 3. Desempeño económico; 4. Desempeño ambiental; 5. Desempeño social, se reconoce su carácter interdisciplinario.

En tal sentido, se puede decir por ejemplo, que un Ingeniero se atribuye competencia en materia de desarrollo sustentable, por su capacidad de análisis de impacto ambiental, como a su vez los Licenciados en Economía estudian las externalidades, y el Contador Público, desde la aplicación de la RT N° 36, que marca los parámetros económicos del BS.

Sin embargo, estas perspectivas resultan parciales, mientras que, las demás cuestiones recaen en la mirada de un Licenciado en Administración, quien tiene una visión global de la organización y su entorno, precisamente por tratarse de una carrera generalista y gerencial.

Además, considerando que el BS es una herramienta de gestión, de aplicación y evaluación de acciones de RS, es necesario un análisis integral de los indicadores que parcialmente pueden resolverse con otras competencias, pero deben ser analizados y reportados con una visión completa y correlacionada de la organización.

Por todo lo manifestado precedentemente, se concluye que el Licenciado en Administración, en particular el que egresa de la UNNE, se encuentra preparado para encarar tanto la elaboración como la interpretación (y consecuente auditoría), del Informe de Sustentabilidad.

Bajo este aspecto, se sostiene que el BS debe llevar la firma certificada del Licenciado en Administración, como responsable de su confección, por más que profesionales de otras disciplinas intervengan en el equipo de trabajo.

9. BIBLIOGRAFÍA

Las referencias bibliográficas se exponen según el orden de su aparición en el texto:

- (1) Diccionario de la RAE
- (2) <http://www.unesco.org/es/the-2009-world-conference-on-higher-education/resources/higher-education-the-new-dynamics/social-responsibility/>

- (3) <http://www.desarrollosocial.gob.ar/responsabilidadsocial/1313>
- (4) Accifonte, L. “Balances Sociales: conoce la importancia de su elaboración y los principales puntos que debes tener en cuenta”. Entrevista de la Comunidad RSE. Año 2016. <http://comunidadrse.com.ar/balances-sociales-conoce-la-importancia-de-su-elaboracion-y-los-principales-puntos-que-debes-tener-en-cuenta/>
- (5) Maliandi, R. “Cultura y conflicto. Investigaciones éticas y antropológicas”. Editorial BIBLOS. Argentina. Año 1984.
- (6) Vallaey, F. “La Responsabilidad Social de las organizaciones”. Año 2006. www.rsu.uninter.edu.mx
- (7) http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- (8) Kliksberg, B. “Ética para empresarios”. Ediciones Ética y Economía. CABA. Año 2012.
- (9) IARSE-ETHOS. “Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria”. Versión 2.0. Argentina. Año 2010.
- (10) Leonardón, F. R. “Economía Social, Responsabilidad Social, Balance Social”. Osmar D. Buyatti. Año 2013.
- (11) Mondragón Pérez, A. R. “¿Qué son los indicadores?” Notas. Revista de información y análisis. N° 19. Año 2002.
- (12) Sabino, C. A. “Cómo hacer una tesis – y elaborar todo tipo de escritos”. 3° Edición. Editorial Lumen Hvmanitas. Argentina. Año 1998.
- (13) Hernández Sampieri, R.; et. al. “Metodología de la Investigación”. Tercera Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. Año 2003.
- (14) Malhotra, N. K. “Investigación de mercados: un enfoque práctico”. 4° Edición. Editorial Pearson Prentice Hall. México. Año 2004.
- (15) Beneitone, P.; Esquetini, C.; González, J.; Maletá, M. M.; Siufi, G.; y Wagenaar, R. “Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe Final – Proyecto Tuning – América Latina 2004-2007”. Publicaciones de la Universidad de Deusto. España. Año 2007.
- (16) Proyecto 6x4 UEALC. “Resumen Ejecutivo 2004-2007”. Año 2008. <http://108.59.253.179/~uealc/site2008/pre/03.pdf>