

Universidad siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo Final de Grado

Manuscrito científico

La generación de información para la gestión bajo la mirada de la RSE.

**“Primera aproximación de reporte de RSE para una Pyme. Diseño de armado de
tablero”**

“First approach to CSR reporting for an SME. Boardassemblydesign”

Autor: Juan Gorena María Florencia

Legajo: VCPB18061

Documento: 39474249

Director de TFG: Agustín Márquez

2019

Índice

Introducción	4
Métodos16	
<i>Diseño</i>	16
<i>Participantes</i>	16
<i>Instrumentos</i>	17
<i>Análisis de datos</i>	17
<i>Chevallier y la responsabilidad social empresarial</i>	18
<i>Estándares GRI y su alcance en la empresa</i>	19
<i>Indicadores para la aplicación de la RSE</i>	20
<i>Tabla 1: indicadores claves para la empresa. Datos recabados por el autor.</i> ...	21
<i>Tablero de gestión</i>	23
<i>Representación visual de priorización de temas</i> .	Error! Bookmark not defined.
Discusión.....	24
<i>Propuesta para mejorar la responsabilidad social dentro de la empresa.</i>	28
<i>Tabla 2: Plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Nueva</i> <i>Chevallier. Datos recabados por el autor.</i>	4
Referencias.....	4

Resumen

Es para destacar que todavía muchas empresas aplican prácticas de RSE en forma estática, desconectada y fragmentada respecto a los objetivos del negocio, esto provoca que las empresas no maximicen su potencial y no encuentren un mayor grado de competencia en el mercado. El objetivo principal de la presente investigación es el de comprender cómo y en qué modalidad se puede integrar la responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial. Este manuscrito se circunscribe a un estudio de caso para adaptar los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) a su realidad organizacional, detallando el proceso de creación de nuevos indicadores que deben permitir realizar unos informes de sostenibilidad de mayor calidad por ser más acordes con la realidad. Esto nos permite concluir con la gran cantidad de beneficios que la misma nos provee y cuáles son las recomendaciones para una mejor aplicación de la responsabilidad social empresarial.

Palabras claves: RSE, normas GRI, memorias, sostenibilidad.

Abstract

It is to highlight that still many companies apply corporate social responsibility practices in the static, disconnected and fragmented form on the business objectives, this causes that the companies not to maximize its potential and do not find a greater degree of competition in the market. The main objective of this research is the understand how and in what mode can integrate corporate social responsibility into business strategy. This manuscript is confined to a case study to fit the standards of the Global Reporting Initiative (GRI) to your organizational reality, detailing the creation process of new indicators that should allow to make sustainability reports of better by being more in line with reality. This allows us to conclude with the many benefits that it brings about and what are the recommendations for better implementation of corporate social responsibility.

Keywords:RSE, GRI, memories, sustainability regulations.

Introducción

La Responsabilidad Social de las Organizaciones es un tema de debate actual y ha dado origen a múltiples concepciones y enfoques desde diversas disciplinas que se han interesado por el tema, fomentándose la investigación de la misma en el ámbito universitario por medio de becas de investigación.

Si hacemos referencia a la RSE puede decirse que aún no se ha logrado una definición universalmente aceptada de la misma, ya que algunos directivos y empresarios la confunden con actos de buena voluntad. Sin embargo, de manera gradual se ha ido acotando este concepto resaltándose su carácter como iniciativas voluntarias en torno a tres aspectos: el medioambiental, el laboral y la ética del comportamiento empresarial (Barroso Tanoira, F. 2007).

El origen de la RSE data de los años 50 y 60 en Estados Unidos y se asienta en Europa en los 90, cuando la Comisión Europea utilizó este concepto para involucrar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social (Publicaciones Vértice, 2009).

El análisis sobre la evolución de la RSE en nuestro país comienza con la llegada del primer peronismo, en el que un estado de bienestar tomó a los menos pudientes como parte de su política, sobre todo con el impulso de las leyes laborales y el refuerzo de la actividad sindical.

Décadas más tarde y con el advenimiento de maneras vinculadas con la social democracia primero y con el neoliberalismo luego, nacieron diversas ONG destinadas a cubrir el campo que nos ocupa hasta que, finalmente, el concepto de RSE comenzó a funcionar como idea prescriptiva no sólo en la norma sino también en la dirigencia social. (Responsabilidad social en Argentina, Ed. Austral. 2009)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ofrece una nueva alternativa de "competir", que está concebida como la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en fuente de ventaja competitiva, evidentemente, si así lo advierte oportunamente la organización (Castro 2012). Para Bateman y Snell (2005), "la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos" (p. 147)

Por otro lado, Gallego (2012) concluye que el beneficio empresarial contribuye al mejoramiento progresivo de las organizaciones, siempre y cuando se precise una metodología o herramienta que permita a las organizaciones evaluar, medir, cuantificar y planificar el cumplimiento de la función social. Igualmente, Correa (2010) resumen que el objetivo de la rendición de cuentas y transparencia según la gestión empresarial, se constituye en una alternativa que tienen las empresas para informar sobre sus actividades sociales, económicas y ambientales, evidenciando así la implementación de acciones como parte de su RSE.

Blank (2002) lo define como un objetivo inherente; todas las organizaciones buscan crecer, con el fin de obtener un beneficio que les permita ser sostenibles, crear una imagen corporativa positiva, implementar el bienestar institucional y garantizar su permanencia y consolidación en el ámbito empresarial; la Responsabilidad Social Empresarial puede contribuir con este propósito.

La RSE debe suponer la transparencia informativa de la empresa en los tres ámbitos de la sostenibilidad, ya no sólo en el económico y financiero, sino también en el social y en el medioambiental, haciendo públicos sus resultados, dando cuenta ("accountability") de sus actuaciones, de su relación y compromiso con sus grupos de interés.

Los grupos de interés, los "stakeholders", son aquellos individuos o entidades a los que pueden afectar de manera significativa las actividades, productos y/o servicios de la

organización; y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable a la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos.

Edward Freeman (2011) considera que las empresas no sólo son responsables ante los propietarios del capital o accionistas (shareholders), ni ante sus clientes, sino que su responsabilidad se extiende al logro de los objetivos de todos los grupos de interés afectados por sus actividades. (Revista de ocio y turismo, 2009)

Se trata de desarrollar la estrategia de responsabilidad social a partir del perfeccionamiento de la relación beneficios económicos versus protección del ambiente, buscando más beneficios sociales generales. La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión de carácter voluntario, la empresa determina deliberadamente si asume o no ese compromiso. Castró(2012) advierte que una vez asumida, la Responsabilidad Social Empresarial debe ir orientada coherentemente con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo.

Schvarstein (2003, pp. 48 - 49), quien propone establecer la diferencia entre la responsabilidad interna de aquella que le es impuesta y por la cual debe rendir cuentas a alguien que tiene la autoridad para exigir su cumplimiento, es decir, la responsabilidad exigible. La organización debe lograr entonces una armonía entre lo que se le exige y lo que ella quiere dar, para así conseguir el bienestar y aceptación de todos sus grupos de interés.

Entre las responsabilidades primarias, inherentes a la actividad específica de la empresa, cuyo incumplimiento podría tener graves consecuencias para la pervivencia de la empresa; las secundarias, que buscan mejorar los efectos resultantes de esa actividad específica en los grupos sociales interdependientes con la empresa, más allá de unos mínimos exigibles; y las terciarias, que se extienden a actuaciones de la empresa encaminadas a

mejorar determinados aspectos de su entorno social más allá de su actividad específica (Bestratén, M. y Pujol, L., 2003).

En aras de proporcionar a las organizaciones un marco a las empresas para elaborar su respectiva memoria de sostenibilidad, deben guiarse por unos principios rectores tanto en contenido como en calidad (Rodríguez 2016).

Por este motivo el informe de sustentabilidad se guía por una serie de herramientas que ayudan a su elaboración, en esta investigación desarrollaremos e implementaremos las de mayor consideración: normas GRI / Objetivos de desarrollo sostenible, resolución técnica N° 36 y las normas ISO.

A nivel empresarial existen varias metodologías para hacer evaluación de las dimensiones de la sostenibilidad, no obstante, la más aceptada a nivel internacional es la suministrada por el Global Reporting Initiative (GRI).

No en vano, en sus bases de datos reposan más de 31.097 reportes. Uno de los cambios más reciente de GRI se produce en 2016 con la emisión de los Sustainability Reporting Standards en inglés (elaborados por GSSB), reemplazando la versión G4.

La guía GRI conocida entiende el concepto de sostenibilidad, como una estructura empresarial, orientada al desarrollo sostenible de la corporación, en el cual evoluciona equitativamente cada una de las dimensiones que lo conforman; en cuanto al aspecto económico, se busca que las empresas tomen conciencia en factores que evidencien su desempeño e impacto financiero; en cuanto al aspecto ambiental el foco se orienta a los impactos generados directa e indirectamente por la corporación al realizar su proceso productivo y en cuanto al aspecto social; los esfuerzos se encaminan además de la filantropía, a mejorar las condiciones tanto internas como externas de los seres humanos que interactúan de una u otra manera en cualquier punto de la cadena de valor empresarial. (Rodríguez, 2016 p. 80)

A través de la Global Sustainability Standards Board (GSSB) a fines de 2016, se publican los Estándares GRI, proponiéndose su vigencia obligatoria para los informes publicados a partir del 1 de julio de 2018. Dichos estándares se conforman por un conjunto de referencias que, con una nueva forma o estructura, incorporan los conceptos y contenidos de la Guía GRI G4 y su manual de aplicación para elaborar memorias de sostenibilidad.

Actualmente los estándares GRI se dividen en dos grandes grupos los estándares universales y los estándares de tópico específicas:

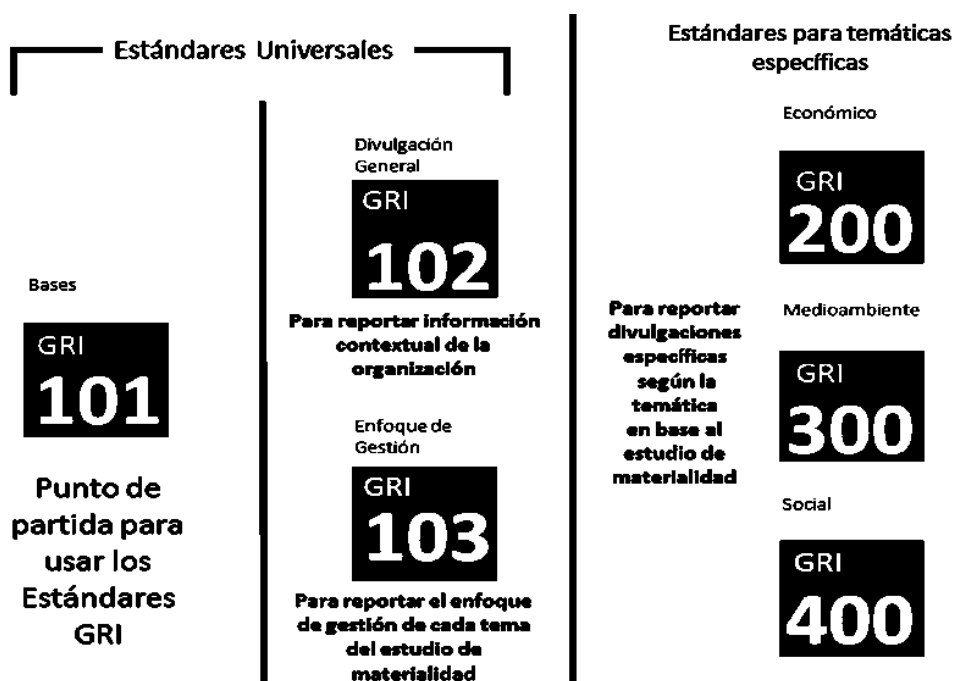


Figura 1. Normas GRI.

Fuente: Rev. Digit. Invest. Docencia Univ. vol.12

GRI 101: Expone los principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del informe y los principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe. (Rev. Digit. Invest. Docencia Univ. vol.12, 2018)

GRI 102: Contenidos Generales. Este estándar consta de 56 contenidos sobre el perfil de la organización, la estrategia, la ética e integridad, la gobernanza, la participación de los grupos de interés y las prácticas para la elaboración de informes de sostenibilidad.

De estos 56 contenidos iniciales, hay algunos que las organizaciones están obligadas a reportar si quieren hacer un informe de acuerdo con la GRI (los llamados esenciales). (Rev. Digit. Invest. Docencia Univ. vol.12, 2018)

GRI 103: Enfoque de Gestión. Este hace referencia a la materialidad de los contenidos y a su cobertura, al enfoque de gestión y a sus componentes e incluye una evaluación a posteriori de este enfoque. Asimismo, como sucede con los fundamentos, desde la UB y la UPF consideramos que el enfoque de gestión es aplicable al ámbito universitario y en consecuencia no hemos realizado ninguna modificación en este estándar. (Rev. Digit. Invest. Docencia Univ. vol.12, 2018)

En lo que respecta a los estándares temáticos, se incluyen las series GRI 200: Económicos, GRI 300: Ambientales y GRI 400: Sociales.(GRI, 2015)

La elaboración del reporte o memoria de sostenibilidad es de carácter voluntario, así como la publicación en la web del GRI, sin embargo en el sitio oficial, se invita a las empresas a compararse en aspectos como desempeño de la organización o entre sectores.

La utilidad de las memorias de sostenibilidad, especialmente en países en desarrollo y mercados emergentes, está dada por la necesidad de hacer visibles los impactos sobre la sostenibilidad y la necesidad acuciante de abordarlos (GRI, 2015).

La rendición de cuentas en el ámbito de la RSE es realizada mediante el informe de sostenibilidad, instrumento que nos permite conocer la evaluación del rendimiento global de la organización, que no solo se limita a observar si se han conseguido los objetivos marcados anteriormente, sino también los motivos que hayan dificultado o impedido su consecución.

Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) se componen por 17 objetivos y 169 metas, las normas GRI brindan una guía para la acción empresarial en los ODS (SDG Compass) en la cual expresan que los ODS: “definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial y las aspiraciones para el 2030... buscan movilizar los esfuerzos a nivel global

en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes” y “hacen un llamado a la acción entre gobiernos, empresas y sociedad civil, para poner fin a la pobreza y crear una vida digna y de oportunidades para todos, dentro de los límites del planeta.” (p.4).

Si bien los gobiernos son los destinatarios principales de los ODS, las empresas tienen un rol fundamental para ayudar a disminuir impactos negativos y potenciar los positivos. Se les pide “a las empresas de todo el mundo, que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados.” (p. 4). El “objetivo del SDG Compass consiste en guiar a las empresas sobre cómo pueden alinear sus estrategias y medir y gestionar su contribución a los ODS.” (p. 5).

A partir de la evaluación, se proponen áreas o aspectos de mejora para el futuro, facilitar a la organización conocer y satisfacer las expectativas de los grupos de interés, permitir a los grupos de interés conocer los resultados de la actividad de la organización lo que transmite la voluntad de transparencia y comunicación, dar mayor reputación y ventaja competitiva a la organización e implementar buenas políticas de responsabilidad social.

Para el presente desarrollo y sus resultados se consideran: estudios y propuestas precedentes sobre la posibilidad del proceso contable tradicional de captar datos base, por medio de documentación respaldaría para indicadores socio-ambientales, además de los económico-financieros, seleccionados de GRI G4; el documento de Naciones Unidas (2015) Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible; el mapping - g4 – to the g4 standards y una tabla en la cual se muestran las metas ODS con vinculación directa a indicadores GRI G4, según Deloitte (2015).

Perrini, Russo y Tencati (2007) sostienen que, si se quieren analizar como las PyMEs enfrentan la RSE, se debe tener presente que las pequeñas empresas poseen características específicas, diversas de aquellas de las grandes, variables dependiendo de los países de donde pertenecen.

La Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas incluye la RT N° 36, que introduce el balance social como elemento opcional a incluir para las empresas que emitan balances a partir del año 2013 (FACPCE, 2019). Este informe se compone de los siguientes elementos: memoria de sustentabilidad según normas GRI4, estado de valor económico generado y distribuido, y anexo de gastos e inversiones medio ambientales.

El objetivo de esta resolución técnica es establecer criterios para la preparación y presentación del balance social. Su preparación debe cumplir con los requisitos de la información contenida en los estados contables y cumplir con los principios para definir la calidad de elaboración de memorias contenidos en guía GRI.

Las normas ISO también son de ayuda en la aplicación de la responsabilidad social empresarial. Podrá ayudar a perfilar y dar significado a las políticas, estrategias y procedimientos de responsabilidad social, tanto de grandes empresas como de las pequeñas y medianas, y se espera que sea un instrumento útil para mejorar el desempeño de todas aquellas organizaciones que actualmente carecen de procesos para implementar y evaluar aspectos en materia de responsabilidad social.

Además también se rige la norma SA8000 (Social Accountability, Auditoría Social) es un instrumento de certificación de la responsabilidad social de las empresas, diseñado según el modelo de las normas ISO 9001 e ISO 14001, y que le permite a la empresa desarrollar un sistema de gestión social.

Busca asegurar una producción ética de bienes y servicios, poniendo énfasis en el respeto a los derechos humanos y las condiciones de trabajo, especialmente en empresas que operan en países poco desarrollados, demostrando a los grupos de interés el compromiso de la empresa con un tratamiento ético de sus empleados. (Revista de ocio y turismo 2009)

La norma es de aplicación universal, en cualquier país y sector. Para recibir la certificación SA8000 las empresas deben aceptar una auditoría externa. Esto permite que tanto los consumidores como la sociedad en general puedan identificar claramente a aquellas empresas que logran condiciones de trabajo dignas.

Estas herramientas ayudan a la correcta implementación de la responsabilidad social empresarial y esto provoca amplios beneficios a las mismas aumentando su competitividad en el mercado e incrementando su rentabilidad.

A continuación se presenta un gráfico los beneficios de la incorporación de la responsabilidad social en las empresas.

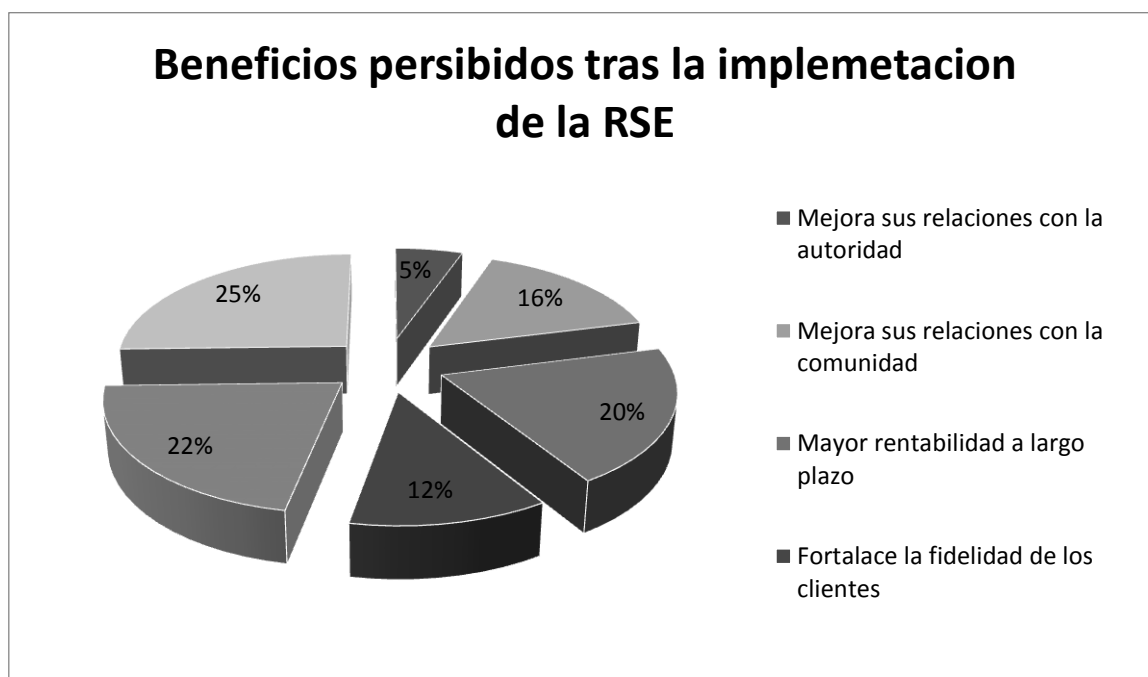


Figura 2. Beneficios percibidos tras la incorporación de RSE.

Fuente: Informativo de la industria, Sofofa 2003.

En este trabajo pretendemos hacer una aproximación general a distintos aspectos de la RSE y mostrarla como una oportunidad que pueden aprovechar las empresas turísticas transportistas.

Es importante informar y sensibilizar a los clientes respecto a la RSE, al tiempo que la industria turística debe ofrecer transparencia y claridad en cuanto al trasfondo social de sus

ofertas. De esta manera, los clientes pueden tomar decisiones responsables sobre sus viajes y fomentar el crecimiento del mercado del turismo responsable. (González, 2008)

Las empresas adoptan una autorregulación y esto refiere a iniciativas voluntarias promovidas por compañías individuales, asociaciones sectoriales o de la industria en su conjunto, que van más allá de la legislación existente en su compromiso de mejorar su comportamiento sostenible. (Revista de ocio y turismo, 2009)

Frente a los instrumentos regulativos, los instrumentos voluntarios prometen una mayor rapidez y eficacia para alcanzar los objetivos con un menor costo. Las empresas comprometidas deciden sobre los objetivos a cumplir, cómo cumplirlos y cómo realizar el seguimiento, la verificación y la comunicación hacia el exterior. (Revista de Estudios Empresariales, 2016)

En un intento de mostrar su responsabilidad ante los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural, en los últimos años el sector turístico ha creado y adoptado múltiples iniciativas voluntarias relacionadas con la sostenibilidad. Los instrumentos de autorregulación del sector suelen ser preferidos por las empresas como alternativa a la regulación obligatoria impuesta desde fuera de la industria (por gobiernos, organismos internacionales...), y a menudo son propuestos precisamente para anticiparse a la imposición legal en un determinado aspecto.

Muchos de estos instrumentos son de aplicación general a todo tipo de industrias, otros son específicos de la turística/transportista. (Revista de ocio y turismo, 2009)

- Códigos de conducta: son guías y recomendaciones que la misma industria establece o ayuda a establecer como líneas de actuación deseables para mejorar el comportamiento sostenible de la empresa.

- Guías de buenas prácticas: las buenas prácticas son medidas implantadas por una empresa para controlar o reducir los impactos de su actividad y favorecer una gestión más responsable y eficiente.
- Las ecoetiquetas: son otro instrumento voluntario que otorga un distintivo a los productos o servicios que, en comparación con otros que cumplen la misma función, son menos perjudiciales para el medio ambiente. En el sector turístico las ecoetiquetas sirven para suministrar información sobre el comportamiento ambiental de las empresas, de modo que los clientes puedan reconocer en un producto o servicio ecoetiquetado que cumple unos requisitos, y que eso influya en su decisión de compra. Además, sirven para mejorar el comportamiento ambiental y aumentar la concienciación de las partes interesadas.
- Certificaciones de sistemas de gestión ambiental: los sistemas de gestión ambiental han demostrado su eficacia en la mejora del comportamiento ambiental de las empresas. Existen dos normas de carácter voluntario para implantar esos sistemas: la norma de ámbito internacional ISO 14001, y –en Europa- el reglamento EMAS.
- Certificaciones de carácter integral y de auditoría social: Después de los éxitos alcanzados con las certificaciones de sistemas de gestión ambiental, se han dado pasos hacia la introducción de certificaciones que toman en consideración la gestión en cuestiones sociales.

En la actualidad no hay demasiados registros de informes de responsabilidad social empresarial implementada en empresas de transporte en la Argentina. En este trabajo se pondrá enfoque en la empresa Nueva Chevallier.

Nueva Chevallier S.A. es una empresa de ómnibus de larga distancia de origen argentino. Fue fundada el 5 de junio de 1935 por el Ingeniero ChevallierBoutell bajo el nombre Transportes Automotores Chevallier. Luego de su quiebra, en mayo de 2000, fue

adquirida por General Urquiza y el Grupo Flecha Bus, dando origen a la denominada Nueva Chevallier. Desde el año 2007, la gestión de la empresa está controlada mayoritariamente por el Grupo Flecha Bus.

El 1° de Julio de 2000 nace una Nueva Chevallier S.A., con su objetivo unívoco de construir una empresa orientada al Cliente y así, brindar cada día el mejor servicio que el pasajero merece.

Actualmente, Nueva Chevallier cuenta con una flota de trescientas unidades en constante renovación, con la cual mensualmente supera los tres millones de kilómetros en recorridos y viajan en estas unidades más de doscientos mil pasajeros en forma mensual.

Su público interno asciende a 1500 empleados y el número de agencias en todo el país supera las trescientas.

Con la intención de innovar y de originalidad se plantearon los siguientes objetivos a cumplir:

- Objetivo general:
 - Realizar el diseño de implementación de un tablero de gestión bajo la mirada de las RSE para la empresa Chevallier.
- Objetivos específicos:
 - Seleccionar y analizar las particularidades de la empresa.
 - Revisar en que alcance son aplicables las normas GRI en el contexto de la misma, teniendo como marco general la RT 36
 - Establecer indicadores relacionados a la RSE susceptibles de ser incorporados a los tableros de control de gestión de esta Pyme.

Métodos

Diseño

La investigación planteada es un estudio de caso que aplica el instrumental teórico de generación de información de RSE, es decir, una vez que se analice la información de la empresa Chevallier, se va a proponer un tablero con indicadores que muestren la información de la organización bajo los estándares expuestos anteriormente.

Por este motivo se utilizó una visión mixta ya que los conocimientos y recolecciones fueron utilizados para la elaboración de un tablero de gestión esta orientación es la combinación del enfoque cualitativo y cuantitativo.

Además debemos mencionar que el alcance de la investigación es descriptivo. Se analizó la información de la organización especificando sus rasgos y características, haciendo enfoque en los más relevantes para aplicarlos al tablero de gestión.

Sampier(2010) expone dos tipos de diseño el experimental y el no experimental. Este trabajo se rige por un diseño no experimental ya que la investigación se realizó sin la manipulación deliberada de variables; Se observaron los fenómenos tal cual son o en su ambiente natural para después analizarlos. Podemos decir que esta investigación no experimental es transversal ya que se toma la información actual de la empresa y como los estándares influyen en la información proporcionada en la organización.

Participantes

La empresa Chevallier tiene sistematizados los datos necesarios por lo tanto fue tomada como la población de nuestra investigación ya que la misma es de gran envergadura.

En la investigación se tomó en cuenta como muestra la información proporcionada de la empresa de la región del Valle de Calamuchita.

El muestreo de esta investigación no probabilístico intencional, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra (Sampieri, 2010). La elaboración del informe es de carácter intencional que también es llamado muestreo de juicio, donde fueron tomando los conocimientos adquiridos y fueron captados en forma subjetiva los elementos más importantes para la elaboración del tablero.

Instrumentos

Para el siguiente trabajo se utilizó la información recolectada sobre los estándares GRI y la resolución técnica 36 su alcance de aplicación y las diferentes características que los componen. Se analizó la información de la organización, como pueden afectar dichos estándares y si es posible aplicarlos en la misma. También se realizó una pequeña entrevista a uno de los supervisores de la zona de Calamuchita con el fin de obtener más información de la misma.

Análisis de datos

En el manuscrito se analizó la información de la organización, la comunicación del detalle de su accionar que proporciona tanto a sus clientes como a sus empleados y si realiza en la actualidad acciones de responsabilidad social.

Una vez recaudada la información necesaria se examinó si los estándares GRI y resolución técnica 36 están presentes en los informes brindados y en qué medida; En el caso de que alguno no fuese planteado por la organización se expuso cuál es la mejor manera de aplicarlos.

Se realizó un tablero de gestión exponiendo los contenidos examinados a lo largo del trabajo siempre basándonos en los criterios y estándares expuestos con anterioridad.

Resultados

Objetivo 1. Chevallier y la responsabilidad social empresarial

La empresa toma a la Responsabilidad Social Empresarial como un compromiso inexorable que tiene con las comunidades de más de las veinte provincias del país que busca conectar con nuestro servicio potenciando, a la vez, su desarrollo local y empoderamiento.

En este sentido, la empresa definió sus líneas de acción en torno a temáticas que vinculan la actividad del transporte con las necesidades de la comunidad, acompañando estrechamente a organizaciones de la sociedad civil a través de donaciones y beneficios en pasajes en transporte para el desarrollo de acciones solidarias y de inclusión social en distintos territorios del país.

En la actualidad la empresa proporciona 4 boletos gratuitos por servicio para personas con certificados de discapacidad con el fin de promulgar la inclusión.

Entendiendo que la capacitación es la herramienta de cambio positivo por excelencia, la empresa Nueva Chevallier comenzó a trabajar en 2014 en la generación de políticas integrales de capacitación brindándoles a sus empleados semestralmente charlas y potenciando la integración para formar un grupo de trabajo consolidado.

El departamento de seguridad vial, por su parte, brinda cursos y capacitaciones de manera sistemática y continua a todos los conductores de la empresa, sobre temas como seguridad vial y atención al pasajero. La empresa realiza una importante labor al respecto, obteniendo así un alto rendimiento en concepto de manejo complejo, lo que la ha llevado a ser una de las empresas con menor índice de siniestros en los últimos años.

Otras de las funciones que lleva a cabo el departamento de seguridad vial es la de reclutar personal de conducción en alta y baja temporada. Estos aspirantes son entrevistados por personas idóneas en la materia, buscando el perfil para el puesto, averiguación de antecedentes siniéstrales, laborales, penales, ambientales, entre otros. Se les realiza un estudio

denominado Driver test y visión test (percepción de la distancia y reflejos de la persona) Evaluación Conductiva (prueba de manejo) conocimientos de rutas, mecánicos, entre otros.

Objetivo2. Estándares GRI y su alcance en la empresa

Para poder elaborar el reporte de sustentabilidad de la empresa bajo los estándares GRI hay que definir los objetivos que plantea el informe y si son aplicables a la organización.

Los Principios para definir el contenido del informe ayudan a las organizaciones a decidir qué contenido incluir. Esto implica tener en cuenta las actividades y los impactos de la organización, así como las expectativas e intereses sustanciales de los grupos de interés.

- Principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del informe

- 1) Inclusión de los grupos de interés: la empresa toma como principal grupo de interés a los clientes y futuros pasajeros de la empresa. En la actualidad se realizan encuestas durante el viaje y en los respectivos puntos de ventas para obtener calificaciones del servicio y recomendaciones de mejoras en los mismos.

También considera como grupo de interés las agencias de ventas ya que son las que más contacto tienen con los clientes. La participación sistemática de los grupos de interés, ejecutada adecuadamente, normalmente da lugar a un aprendizaje continuo para la organización, así como a una mayor rendición de cuentas para los grupos de interés.

- 2) Contexto de sostenibilidad: El informe debe presentar el desempeño de la organización informante en el contexto más amplio de la sostenibilidad. Actualmente la empresa brinda su información en su página oficial donde los pasajeros pueden acceder y conocer las mejoras o bajas en los servicios. (estos datos se renuevan anualmente). La organización presenta su desempeño de forma que comunica sus impactos y contribuciones en los contextos geográficos apropiados.

3) Materialidad: Las organizaciones se enfrentan a numerosos temas sobre los que pueden presentar información pero debe considerar los más relevantes. Los datos más importantes son aquellos que razonablemente puedan considerarse importantes a la hora de reflejar los impactos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones o que influyan en las decisiones de los grupos de interés.

4) Exhaustividad: Chevallier brinda datos concisos y exactos en sus informes. Dándole seguridad a los grupos de interés.

- Principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe.

- 1) Precisión
- 2) Equilibrio
- 3) Claridad
- 4) Comparabilidad
- 5) Fiabilidad
- 6) Puntualidad

Una vez cumplidos los objetivos planteados por las normas GRI se pueden empezar a realizar el reporte de sustentabilidad el cual es una de los requisitos para lograr el balance social de la RT 36.

Indicadores para la aplicación de la RSE

Para lograr una mejor visualización y comprensión de datos a continuación se planteó una tabla con indicadores claves para la aplicación de la responsabilidad social respetando y empleando las normas GRI y RT 36.

Tabla 1. Indicadores claves para la empresa. Elaboración propia.

Stakeholder	Indicadores	Impacto en la empresa	¿Se toma en consideración en la actualidad?	Objetivo de la empresa en este ámbito
Clientes	Satisfacción del cliente	Es uno de los indicadores más importantes para la empresa ya que toda organización se debe a sus clientes y usuarios.	Si, si el cliente no se encuentra satisfecho no vuelve a comprar en la empresa por lo tanto es de suma importancia.	Se trabaja para cumplir con los usuarios esperando que los mismos se encuentren contentos con la empresa.
	Responsabilidad comunicativa del Producto	La empresa brinda la mayor cantidad disponible del producto dándole la posibilidad de elección al cliente.	Si, se considera de importancia que el cliente conozca sus posibilidades y lo que realmente le brinda la empresa.	En la actualidad se está trabajando en este punto para brindarle la información clara y precisa al usuario.
	Retención y fidelización del cliente	Los clientes son la fuente primordial de la empresa se trata de captar al cliente y lograr su fidelidad. Actualmente la empresa cuenta con una gran cantidad de clientes frecuentes.	Sí, es uno de los puntos que más toma en consideración la organización.	Se toma como objetivo captar la mayor cantidad de usuarios y conseguir la fidelidad con la empresa.
	Privacidad del cliente	No es uno de los puntos de mayor impacto ya que los usuarios se sienten seguros al brindar sus datos a la empresa	Si, se maneja un reglamento de protección al cliente donde no se les permite a los empleados brindar ningún tipo de información de los clientes excepto a personal policial.	Por el momento este reglamento funciona a la perfección por lo tanto la empresa no se plantea ningún objetivo sobre este tema
	Reclamación de productos	Es un tema fuerte para la empresa por que los reclamos en muchas ocasiones son imposibles de evitar (por problemas mecánicos en algún servicio o cortes de ruta que impiden la llegada a tiempo a destino)	Sí, es uno de los puntos que la empresa toma en cuenta para mejoras y trata de evitar que los usuarios queden insatisfechos luego de hacer el reclamo, se trata de escucharlos y brindarles soluciones.	Se plantea como objetivo la toma de los reclamos actuales y tratar que eviten inconvenientes para lograr una mejora en el servicio
	Derechos	Son de suma importancia para la empresa respetar los derechos humanos en general y es de impacto a la hora de	Sí, es de suma importancia respetar los derechos tanto de los trabajadores como el de los	En la actualidad no hay un objetivo al respecto.

Comunidad	humanos	la comunicación interna de la organización.	usuarios.	
	Inversiones y servicios que proporcionen un beneficio público	Al ser una empresa privada se ve afectada por este punto a nivel financiero	Sí, se implementó un descuento para estudiantes y se proporcionan boletos gratuitos a personas con urgencias de viajar y que no pueden costear el importe del boleto.	Uno de los objetivos es la implementación de aumentar la cantidad de boletos que se les brinda a las personas con discapacidad.
	Ayudas del gobierno	El gobierno brindaba un suicidio en combustibles el cual en la actualidad se quitó y esto provocó un aumento extremo de los precios de pasajes	Se está en tratativas para la ayuda económica del gobierno para que no siga afectando a los precios.	Se plantea como objetivo lograr un acuerdo para que el aumento continuo de combustibles lo absorba el gobierno y no tenga que aplicarse en el costo total de los pasajes
	Consumos de energía y agua	La empresa paga grandes sumas en conceptos de energía y agua por la cantidad de puntos de venta y talleres	Si, se trata tomar conciencia al respecto minimizando los consumos.	Se planteó como objetivo en el año 2018 la implantación de paneles solares en las distintas terminales de Chevallier
Medioambiente	Condiciones ambientales en el lugar de Trabajo	No hay grandes contaminantes en los puntos de ventas no así en los talleres con los que cuenta la organización.	Sí, es de un grado altísimo de importancia las condiciones ambientales en los distintos puntos de trabajo	Se plantea como objetivos la implantación de espacios verdes en los distintos puntos de trabajo.
	Reciclaje	Los servicios que brinda la empresa brindan muchos desperdicios por lo tanto es de gran impacto este punto en la empresa.	Si, y se intenta constantemente reducir estos desperdicios innecesarios.	Este año se planteó la posibilidad de llevar por lo menos lo que son plásticos y aluminios a la planta de reciclajes.
	Emisiones de gases	Este es un punto delicado de tratar por que al tratarse de una empresa de transporte es imposible no tratar la contaminación por la emisión de gases.	Sí, pero aún no se encuentra ninguna solución al respecto ya que las nuevas tecnologías de transporte que son menos contaminantes son demasiado costosas.	No hay ningún objetivo al respecto

Objetivo 3. Tablero de gestión

Una vez expuestos los indicadores presentamos un tablero de gestión para exhibir la información de una manera concisa y simplificada.

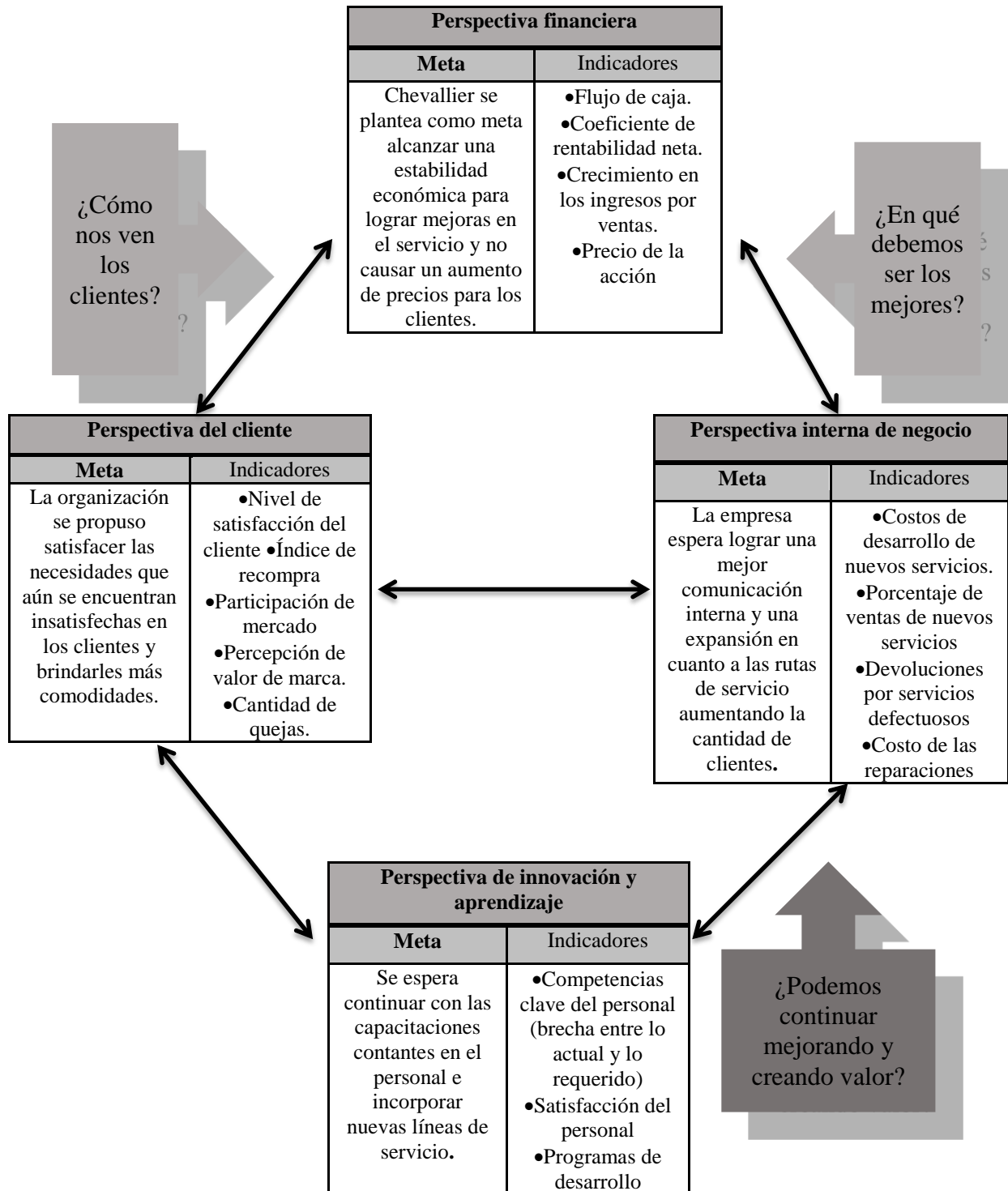


Figura 3. Tablero de gestión.

Fuente: Elaboración propia.

Discusión

La RSE en el sector transporte es un fenómeno incipiente al que apenas algunas empresas empiezan acercarse. Del estudio realizado surgen una serie de interrogantes: ¿son las empresas de transporte socialmente responsables?, ¿presentan informes de RSE?, ¿qué modelo o guía utilizan para presentar los informes?, ¿no los publican porque consideran que contienen información confidencial?, los cuales se quedan en el aire debido a la poca información y conocimiento que manifiestan las empresas sobre el tema.

De la información obtenida por medio del rastreo realizado en las páginas web y entrevistas, se pudo inferir que el tema de RSE es nuevo para el sector, al que apenas algunas empresas están empezando a incursionar por medio de actividades que buscan mantener un equilibrio entre obtener un impacto económico (mayor productividad, mayores ventas, mayor ganancia), un equilibrio ambiental y un desarrollo sostenible de su entorno.

Los efectos positivos que pueden aportar a la competitividad de la empresa las políticas de RSE son innegables ya que implica reconocer adecuadamente el valor de aspectos como el capital humano la estrategia empresarial y arquitectura organizativa, las estrategias cooperativas con proveedores y los activos intangibles como la reputación.

A partir de los resultados obtenidos y dando respuesta al objetivo principal planteado se puede concluir que, en el caso particular la empresa Nueva Chevallier podemos mencionar que la aplicación de los estándares se respeta en un modo parcial, ya que al tratarse de una empresa de transporte privado es de difícil aplicación los estándares ambientales y sociales, ya que las iniciativas particulares y autónomas de Responsabilidad Social Empresarial -RSE- o sostenibilidad ambiental de cada empresa de transporte son limitadas, puesto que las acciones que hacen lo ven como un gasto y no como una inversión.

El proceso contable instaurado en las organizaciones económicas contiene documentación respaldatoria con datos base, de manera parcial o total, para: el 100% de los

contenidos de los Estándares Económicos GRI; al menos el 50% de los Estándares Ambientales GRI; más del 55% de los Estándares Sociales GRI y algo más del 23% de los Contenidos Generales GRI 102, que están directamente vinculados a sesenta y tres (63) metas de los ODS.

En este estudio, se encontró una evidente fragmentación del concepto de sostenibilidad en la empresa, dando como resultado una disparidad en la madurez de la empresa frente a la sostenibilidad, independientemente de su tamaño. Lo anterior, da cuenta de la concordancia entre la teoría existente y los resultados obtenidos, no se alcanza de manera directa por pretender postular la sostenibilidad como un elemento misional de la organización, sino que es un proceso que implica reestructurar una organización desde los cimientos, porque el concepto de sostenibilidad debe ser asumido desde su estructura fundacional para poder volverlo una lógica y una dinámica en la empresa.

Las teorías organizacionales dan cuenta de la búsqueda de la implementación del enfoque sistémico en las empresas. Sin embargo, a partir de las discusiones sobre medio ambiente y desarrollo, se puede afirmar que a pesar de tener más de 30 años de existencia, sigue siendo un tiempo corto para que estas nuevas teorías penetren las estructuras fundacionales de la sociedad, y en ella, de las empresas.

Desde la perspectiva de lo normativo, en Argentina la sostenibilidad referida a sistemas y memorias de reporte, es de carácter voluntario, no existen normas o políticas públicas al respecto, por lo tanto es optativo de la organización implementar acciones libres encaminadas a la buena voluntad corporativa, la cual da cuenta a sus grupos de interés del seguimiento de alguna de las guías existentes asumida por conveniencia organizativa.

Esta flexibilidad permitida en la elaboración de reportes, es inversamente proporcional a la cantidad de reportes elaborados y publicados por las organizaciones.

En contraste, mientras para unas empresas reconocer la sostenibilidad no es relevante, para otras, prima acogerse a los estándares internacionales como los principios del pacto global o buscar certificaciones reconocidas localmente como el certificado en Responsabilidad Social.

Las estrategias de crecimiento empresarial determinadas desde el direccionamiento estratégico deben establecer un esquema de inclusión que busque directamente enviar un mensaje positivo a los clientes y a la sociedad en general; esto con el objetivo de generar una fuerza impulsora para el crecimiento empresarial; de esta manera se evidencia la pertinencia de la gestión empresarial.

Se reconoce la utilidad de la metodología GRI como herramienta efectiva para evaluar el trabajo que realizan las empresas sobre las tres dimensiones de la sostenibilidad; pero al no tener una escala que discrimine el nivel de sostenibilidad que cada una de ellas alcanza, es muy limitado el ámbito de sus recomendaciones. Otra de las ventajas de la metodología GRI es la facilidad a la información, que puede ser utilizada por inversionistas, grupos de interés y activistas sociales.

Además el incremento genérico en la utilización de la herramienta a nivel mundial, lo convierte en objeto de estudio entre los círculos académicos, no en vano en su corta existencia ha dejado de ser una moda dinámica para convertirse en el resultado de la interacción de muchos factores.

La sostenibilidad empresarial, como elemento clave para el equilibrio social y económico, se traduce en promover beneficios a través de acciones que afirmen que se está haciendo lo correcto para construir futuro para todos. La Responsabilidad Social Empresarial busca el crecimiento económico sostenible en un contexto complejo y aparente ante el desequilibrio socioeconómico y ante las actividades económicas que causan daño irreversible al planeta.

Actualmente se está generando un cambio en el paradigma administrativo que incluye la injerencia del ambiente, la mayoría de las organizaciones contemplan en sus aspectos estratégicos la forma de minimizar los impactos negativos de su negocio.

La RSE no debe proveer solamente respuestas aisladas a los stakeholders, ya que debería estar integrada en la estrategia empresarial. Los stakeholders, de hecho, no podrán nunca comprender en forma completa las capacidades y el posicionamiento competitivo de la empresa, aunque sus demandas pueden ser relevantes.

Las diversas acciones que realizan tales empresas pueden ser reagrupadas principalmente en tres áreas bien definidas, en las cuales está demostrado su enfoque a la responsabilidad social; en la mayor parte de los casos sin que estas empresas sean conscientes (esto es, desarrollando una RSE implícita, informal y silenciosa). Estas áreas deberían ser tomadas como base para la implementación de una estrategia o gestión de la responsabilidad social, las mismas son: comunidad, clientes y medio ambiente.

En el caso de los empleados, la empresa muestra una fuerte tendencia a la formación de sus empleados no sólo como un accesorio a su competitividad, sino también como un beneficio concreto concedido a los empleados.

Las empresas de transporte tienen un gran potencial para estar en grado de adaptarse rápidamente a las nuevas exigencias de los clientes. La mayoría de las empresas han mostrado una gran importancia para optimizar la calidad de sus productos, que se evidencia en la preferencia por el desarrollo de nuevos servicios.

Cuando se considera el aspecto ambiental, se concentran sobre la optimización y el reciclado de los residuos, la implementación de sistemas de ahorro energético y la utilización de equipamiento para la disminución de la contaminación atmosférica. Se debe tener en consideración que las empresas que brindan este tipo de servicios de traslados, en las cuales

los procesos de satisfacción al cliente están en grado de generar abundantes residuos, consumen más energía y generan gases de efecto invernadero.

De observar que en el proceso contable tradicional puede encontrarse documentación respaldatoria base sobre otras metas no expresamente consideradas en los documentos analizados, surge la necesidad de seguir investigando en la temática y reconocer que, desde la profesión contable, queda mucho trabajo por realizar para continuar mejorando la sustentabilidad o sostenibilidad como paradigma de desarrollo.

Propuesta para mejorar la responsabilidad social dentro de la empresa.

Se proponen una serie de sugerencias para la mejor incorporación de la RSE dentro de la empresa chevallier; la responsabilidad social empresarial de gran importancia para conseguir un mayor posicionamiento en el mercado, pero aun en la Argentina no es considerado de gran importancia y no son vistas las ventajas que la misma provee.

En la siguiente tabla se redactan sugerencias para la elaboración de objetivos que la empresa debe platearse para lograr una optima implementación de la RSE con su seguimiento y el area a la cual le correspondería el cumplimiento y alcance del mismo.

Tabla 2: Plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Nueva Chevallier. Datos recabados por el autor.

OBJETIVO RSE	SUBOBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	INDICADOR	SUBINDICADOR
Fomentar la Responsabilidad Social Empresarial en Chevallier	Capacitar al personal de Chevallier en RSE, incluyendo a las directivas	Gerencia y Recursos Humanos	Contratar personas idóneas, que capaciten a todo el personal de Chevallier en RSE	Realizar capacitaciones cada mes durante el año	Asistencia del 100% de personal a las capacitaciones
Crear y promover una política ambiental	Elaborar una política Ambiental y divulgarla a todo el personal	Gerencia y Recursos Humanos	* Contratar personas idóneas que elaboren una política ambiental que se adapte a la actividad comercial de la compañía * Realizar reuniones con el personal para divulgar la política ambiental y promoverla	* Tener en dos meses la Política Ambiental de la empresa * N° de reuniones de divulgación realizadas / N° de reuniones programadas	Asistencia del 100% del personal en las capacitaciones
Promover un buen clima laboral	Establecer políticas sobre equidad, salud, remuneración, desarrollo profesional, jubilación, la discriminación y la diversidad, para mantener un buen clima laboral	Gerencia y Recursos Humanos	Realizar reuniones los directivos donde establezcan las políticas sobre estos temas, que ayuden a mantener un buen clima laboral; y luego divulgarlas a los empleados	* N° de Reuniones realizadas directivas / N° de reuniones programadas directivas * Las políticas deben ser elaboradas en un tiempo máximo de 3 meses * N° de Reuniones realizadas con el personal / N° de reuniones programadas con el personal	Asistencia del 100% a las reuniones programadas
Evaluar a los empleados con fines de mejora salarial y promover acercamientos entre los empleados	*Aplicar a los empleados evaluaciones de su desempeño con fines de mejorar su salario, dependiendo de los resultados obtenidos *Promover reuniones sociales para que se den acercamientos entre la dirección y los empleados en	Gerencia y Recursos Humanos	*A partir de los resultados obtenidos en las evaluaciones de desempeño de los empleados, analizar si se tienen méritos para mejorar los salarios *Realizar reuniones sociales en la cuales interactúen directivos y	*Rendimiento del 100% en la evaluación, análisis para tomar decisiones con respecto a mejora salarial *N° de reuniones sociales realizadas/N° de reuniones programadas al año	*Número de empleados con mejoras salariales en el año *Asistencia del 100% de empleados y directivos en la reuniones programadas

	forma periódica		empleados, con el fin de lograr acercamiento entre las partes		
Mantener la flota de transporte amable con el medio ambiente	Vigilar que la flota de transporte cumpla con las normas ambientales	Mantenimiento	* Programar revisiones mecánicas a la flota de transporte mensualmente * Programar la revisión Técnico-mecánica anualmente	* Hacer el calendario de revisiones mecánicas a los coches * Programar la fecha en que se realizará la técnico-mecánica para todos los colectivos	* Revisión mensual del 100% de todos los micros de la compañía * Revisión técnicomecánica del 100% de los vehículos de la compañía
Evitar las discriminaciones, acosos, hostigamientos, abuso sexual, y abusos de autoridad en la empresa	* Mejorar las normas que prohíban las discriminaciones, acosos, hostigamientos y abuso sexual dentro de la empresa * Establecer sanciones en casos de abuso de autoridad en jefes y supervisores	Gerencia	* Revisar el manual de ética de la compañía y verificar si tiene falencias con respecto a estos temas, para hacer las respectivas correcciones * Indagar entre el personal si en la empresa se presentan estos hechos, y si la respuesta es positiva, con qué frecuencia	* Un mes de plazo para revisar y corregir el manual de ética *N° de casos presentados de éstas situaciones	* Poner en conocimiento al personal de Chevallier el código de ética con las correcciones que se hayan presentado *Reducción al 0% de abusos de autoridad, acosos hostigamientos, abuso sexual y discriminaciones en la compañía
Brindar transporte a los empleados de la compañía	Implementar una ruta de transporte para los empleados, por la ubicación de la empresa	Gerencia	Contratar los servicios de transporte para que lleve y recoja al personal de Nueva Chevallier los días laborales	Transportar el 100% de los empleados con la ruta contratada	Verificar mensualmente que todo el personal esté utilizando la ruta contratada
Solucionar los problemas, quejas y sugerencias de los clientes	* Fidelización de los clientes. * Crear canal de comunicación entre la empresa y clientes para quejas y reclamos.	Ejecutiva Comercial	*Crear una línea de acceso directo para clientes (número de teléfono, dirección electrónica, etc.). *Realizar un seguimiento de la resolución de quejas y problemas. *Estudiar e implementar las sugerencias realizadas por los clientes que sean viables en la empresa	*N° de quejas recibidas/N° de quejas resueltas *Tiempo de Resolución *N° cartas enviadas, N° llamadas emitidas *Encuesta de satisfacción a clientes *N° sugerencias recibidas/N° sugerencias implementadas	*Reducción de quejas 5% mensual *Período aceptado menor o igual a 30 días *Reducción 20% anual *Incremento de satisfacción de clientes 10% anual *Estudio e implementación de sugerencias período aceptado menor a 60 días

Mantener una política de pagos y períodos cumplidos con proveedores	<ul style="list-style-type: none"> *Mantener una política de pagos clara y transparente con los proveedores *Procurar que los períodos de pago sean cumplidos en el tiempo indicado según acuerdos previos 	Contadora	<ul style="list-style-type: none"> *Al momento de solicitar productos o servicios a proveedores, dejar clara y definidas la forma y fecha de pago. *Cumplir con las fechas pactadas de pago, haciendo un listado por días con recordatorio a cada uno de ellos, con el fin que no sea olvidado. 	<ul style="list-style-type: none"> *N° de pagos pactados por mes / N° de pagos realizados al mes *N° de cobros por no pago en el mes / N° de pagos pactados al mes 	<ul style="list-style-type: none"> *Período de pago aceptado menor o igual a 30 días *Reducción de cobros por no pago puntual en 5% mensual *Reducción 30% anual de cobros por no pago puntual
--	--	-----------	---	--	---

En modo de conclusión podemos mencionar que es posible la incorporación total o parcial de la misma dentro de la organización mediante un mayor compromiso y organización evidenciando las ventajas y el posicionamiento en el mercado que la RSE provee. En cuanto a la guía de estándares GRI es de mucha ayuda para poder darle un sentido y orden a los informes contables y memorias de sustentabilidad que son de importancia para la Responsabilidad social.

Referencias

- (FACPCE), F. A. (2017). *Resolución Técnica N° 36 Normas Contables Profesionales*. Argentina: Consejo Emisor de Normas de Contabilidad y Auditoría.
- Alcaraz, A. S. (15 de octubre de 2013). Las Entidades de Crédito Españolas frente a los Estándares de Responsabilidad Social Empresarial: análisis previo a la crisis . *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, págs. 121-185.
- Barco, J. P. (12 de febrero de 2015). Los factores de competitividad en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Ciencias economicas*, págs. 123–133.
- Barroso Tanoira, F. (2007). *Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas*. Mérida, Yucatán: Universidad del Mayab.
- Bengua, J. (2011). *Responsabilidad Social Empresaria: Análisis de las Memorias en Argentina*. Rio cuarto: univercidad de rio cuarto.
- Bergua, R. C. (08 de enero de 2018). Adaptación de los estándares GRI y creación de indicadores de RSU. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*.
- Castro, A. A. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Colombia: Pensamiento & Gestión.
- Escudero, J. F. (2010). *Reflexiones sobre la responsabilidad social empresaria*. buenos aires.
- Flores Ruiz, D. (15 de febrero de 2016). REFLEXIONES TEÓRICAS SOBRE EL ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. *Revista de Estudios Empresariales*, págs. 5 - 16.
- Guerra, L. C. (2016). *EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD CON METODOLOGÍA GRI*. buenos aires: Dimensión Empresarial 14.

Initiative, G. R. (2017). *Presentación Oficial de los Estándares*. buenos aires: The Future Of Reporting.

Rodríguez, A. G. (12 de septiembre de 2009). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA COMO. *REVISTA DE OCIO Y TURISMO*, págs. 11 - 43.

Rodríguez, M. (2005). Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*, 31-38.

Sampieri, D. R. (2010). *Metodología de la investigación de la investigación*. mexico: mc graw hi.

Somoggi, L. (2005). Más que una estrategia, una filosofía. *Harvard Business Review*, 17-28.

sur, u. d. (2017). *JORNADAS UNIVERSITARIAS DE CONTABILIDAD*. Bahia Blanca: departamento de ciencias de la administracion.