

## Exploración de la realidad percibida en Pymes de Mar del Plata respecto de la generación de información social de gestión. Resultados preliminares.

Mariana Cecilia Arraigada<sup>1</sup>

---

### Resumen

Las pequeñas y medianas empresas enfrentan dificultades cotidianas por falta de recursos que limitan la visión de mediano y largo plazo. No obstante, el cambio permanente en el entorno las obliga a sufrir procesos de adaptación en pos de su supervivencia. Dentro de esa adaptación se encuentra la inclusión y el desarrollo de metodologías de rendiciones de cuentas y gestión de la transparencia que hoy en día reclama el medio.

Desde la universidad FASTA, Facultad de Ciencias Económicas de Mar del Plata, se desarrolla el proyecto denominado “Balance

Social. Exploración de la realidad en Pymes y diagnóstico de necesidades estructurales para su implementación”. El presente artículo muestra los primeros resultados sobre la percepción y utilización de informes realizados por empresas de pequeña y mediana envergadura y relacionados con el Balance Social. Entre los puntos destacados se encuentran la desinformación del sector empresario, la voluntariedad de presentación, las limitaciones de los recursos humanos y los costos asociados a la realización de nuevos reportes.

**Palabras clave:** Balance Social; Pymes; RSE; Transparencia; Gestión.

**Recibido:** 9 de septiembre de 2017. **Aceptado:** 04 de noviembre de 2017.

---

<sup>1</sup> Magister Directora del Proyecto “Balance Social. Exploración de la realidad en Pymes y diagnóstico de necesidades estructurales para su implementación.

## INTRODUCCIÓN

Tanto desde la disciplina de la Administración como desde la de la Contabilidad, es comúnmente aceptada la existencia de limitaciones de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Muchas veces para una Pyme pensar en cuidar cuestiones que van más allá de su supervivencia es una utopía en relación a la vorágine del día a día y la escasez continua de recursos. Sin embargo, en función de los continuos cambios en el ambiente de negocios y en el contexto socio-económico, la capacidad de adaptación se vuelve una condición necesaria para sobrevivir. Dentro de esa adaptación se encuentra la inclusión y el desarrollo de metodologías de rendiciones de cuentas y gestión de la transparencia que hoy en día se reclama a las empresas. .

Desde la universidad FASTA, Facultad de Ciencias Económicas, funciona un grupo de investigación interdisciplinario integrado por licenciados en administración, contadores e ingenieros que buscan estudiar la problemática de las PyMEs para el desarrollo de sistemas de gestión que incluya la confección, difusión y utilización de informes y documentos relativos a aspectos sociales de la gestión de las organizaciones. El grupo de investigación se encuentra desarrollando el proyecto denominado “*Balance Social. Exploración de la realidad en PyMEs y diagnóstico de necesidades estructurales para su implementación*”. El proyecto inició su trabajo en julio de 2017 por lo que a la fecha de cierre de este artículo se cuenta con algunos resultados preliminares.

## MARCO TEÓRICO

### *Metodologías de construcción del Balance Social*

Si bien en la actualidad no hay un estándar obligatorio para la confección de un balance social, el más utilizado es el del *Global Reporting Initiative* (GRI). Desde fines del siglo pasado se generalizó en el mundo la utilización de informes sociales impulsado por el GRI, organización sin fines de lucro creada en 1997 por la ONG CERES (Estados Unidos) y el Pro-

grama de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Una memoria de sostenibilidad expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización, y suele denominarse balance social. (Bello Knoll & González, 2013).

En nuestro país, una iniciativa de similares características se encuentra a través del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE). La Guía ISO 26000 también es una herramienta muy utilizada pero no posee indicadores propios por lo cual puede combinarse con la Guía GRI. En Argentina, la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) ha dictado la Resolución Técnica No. 36, una norma profesional que especifica un modelo de Balance Social adoptando la Guía del GRI, en cuanto a los indicadores a utilizar.

Más allá de los modelos, el balance es una construcción que se hace año a año, una práctica voluntaria que está en mejora continua.

El punto de partida para el análisis del contexto del uso de dicha herramienta es intentar aproximarse al concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE). No existe una única definición de RSE como tampoco existe un único tipo de responsabilidad social. Ya no resulta viable hablar de RSE sólo como responsabilidad empresaria. Resulta necesario reconocer que los diferentes actores sociales poseen sus correlativas responsabilidades, entre las que se pueden incluir la responsabilidad del Estado (en todas sus esferas), de los empresarios, de las instituciones sociales, de las universidades, de los sindicatos, de los consumidores, entre otras. Sin embargo, sería pertinente utilizar la definición dada por el Pacto Global (Global Compact) de Naciones Unidas. Para las Agencias del Sistema de Naciones Unidas, éste es un concepto que:

*“...nace junto a la noción de empresa moderna. Hace referencia a una nueva manera de hacer negocios, en la cual las empresas tratan*

*de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo; y el impacto social y ambiental de sus actividades”* (Documento de Adhesión del Sector Privado Argentino, 2004).

### *La información social*

Las empresas informan periódicamente, a través de los estados contables tradicionales, sobre su situación económica, financiera y patrimonial. En la actualidad estos estados resultan insuficientes, por brindar una visión simplificada de la compleja realidad de las organizaciones, en su accionar socialmente responsable. A través de ellos se reflejan las consecuencias de los hechos y acciones del entorno que afectan el patrimonio del ente. Debería informarse también sobre las consecuencias de las acciones de la empresa en los socios, trabajadores, etc., así como en la sociedad globalmente considerada. Las memorias que acompañan a los estados contables ofrecen una síntesis de las actividades desarrolladas, entre las que se incluyen aspectos sociales. Esta información no es integral, ni metódica, ni sistemática. Con frecuencia la información no está cuantificada, lo que impide realizar un análisis comparativo sobre bases rigurosas y homogéneas. Por esto, surge la necesidad de exponer la información social en forma metódica y sistemática, integrando el sistema de información social con el contable tradicional a través de la herramienta denominada Balance Social.

### *Desarrollo de organizaciones socialmente responsables*

El interés por el desarrollo de herramientas que faciliten y favorezcan la gestión de organizaciones responsables y transparentes radica fundamentalmente en el objetivo de largo plazo de desarrollar organizaciones socialmente responsables.

En referencia a esto, Fronti de García (2008) comenta que la estrategia empresarial debe ser capaz de transformar aquello que a simple vista parece una carga, en una ventaja competitiva. Si la empresa desarrolla un esquema de soluciones (ambientales) a corto plazo y

de medidas correctivas, sólo incrementará sus costos. En este caso podríamos decir que además de incurrir en una ineficiencia social, estaría siendo ineficiente económicamente.

Uno de los pensadores argentinos en términos de organizaciones y responsabilidad social es Etkin quien plantea que en las organizaciones sustentables la dirección razona en términos de largo plazo, de agregar valor, satisfacer necesidades, lograr la aceptación y reconocimiento en el medio social, respetar el medio ambiente y ser transparentes en sus decisiones. Los integrantes piensan en construir organizaciones que son viables, que perduran y se desarrollan junto con el contexto. En este modelo virtuoso los socios prefieren un ambiente interno y externo de mayor seguridad, confianza y estabilidad, por sobre la visión financiera del corto plazo. En una organización responsables, se vuelve necesario transparentar los legítimos intereses en juego y los temas en conflicto. Dice Etkin:

*“Frente a esta realidad compleja, nuestra posición ha sido destacar el carácter de contradictorio de los modelos de gestión empresarial que, buscando crecer en un contexto agresivo, incorporan en su interior la inmoralidad y la injusticia que quieren enfrentar en el ámbito externo. La paradoja es que pretenden que sus integrantes sean leales y creativos, que se esfuerzan bajo la divisa de vencer o morir. Se pretende que sean mercenarios hacia fuera y místicos hacia dentro”* (Etkin, 2012. p. 190-191).

### *Las PyMEs*

También han surgido inquietudes respecto de las pequeñas y medianas organizaciones que, en la gran mayoría de casos, no poseen estructura ni financiamiento como para aplicar las referidas guías. En el caso de IARSE han emitido Guías para PyMEs y recientemente el Comité de Integración Latino Europa América (CILEA), organismo integrado por entidades de las profesiones de ciencias económicas de países de raíz latina, entre los cuales se encuentra Argentina, ha presentado el Modelo de Balance Social y Ambiental para PYMEs, enfocado exclusivamente a estos entes. La Guía

actualmente vigente de GRI (G4) presenta dos opciones para la preparación de los reportes: una esencial (con menos requerimientos) y otra exhaustiva más completa, de forma tal que la primera opción podría adaptarse a una organización de menor envergadura. En Brasil existe un modelo denominado IBase, ampliamente difundido y adoptado por las empresas de ese país. También existen modelos para exponer áreas específicas como el de la SA 8000 de *Social Accountability International* que contiene indicadores referidos a condiciones laborales. Por último (solo mencionando las normas más conocidas en nuestra región), la AA1000 de *AccountAbility*, es una norma de aseguramiento que detalla principios respecto de la Responsabilidad Social. Actualmente, se ha iniciado otra corriente que refiere a la información integrada (reportes o informes integrados) cuya base es la creación de valor en las organizaciones a través de la interacción de los capitales financiero, humano, intelectual, social y natural. Sin embargo, aún son muy pocas las PyMEs que están implementando la herramienta de Balance Social, incluso en las formas “adaptadas” antes mencionadas. No se observan, a la fecha, informes lo suficientemente sólidos y actualizados (tampoco a nivel local en la ciudad de Mar del Plata) que releven los posibles motivos por los cuales estas organizaciones no implementan esta metodología de rendición de cuentas.

#### *Antecedentes. Estudios locales relacionados*

Durante el año 2013 se realizó un estudio en el marco del proyecto de extensión de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP) denominado *UNI-RSE GENERANDO CONCIENCIA Aportando a la construcción del rol social del empresariado en la ciudad de Mar del Plata* (CES-026-2013). Dicho estudio consistió en el relevamiento de una encuesta a 33 empresas pequeñas, medianas y grandes con base en la ciudad de Mar del Plata de diferentes rubros. Las preguntas se realizaron en torno a cuestiones no sólo relativas a la aplicación de acciones de RSE puntuales hacia afuera, sino a la forma de gestionar a las organizaciones. La encuesta incluyó tres grandes ejes de análisis: registro,

sistematización y publicación de información social de la gestión; valores aplicados en la gestión responsable y acciones sobre la cadena de valor para la sustentabilidad.

La muestra de empresas de la ciudad de Mar del Plata estuvo compuesta según se indica en la tabla 1.

Por lo que puede verse en la composición de la muestra, el 30% aproximadamente de la misma estuvo integrada por empresas grandes, siendo más del 50% del sector de servicios y más del 50% con nóminas de personal permanente de no más de 80 empleados.

En lo que interesa al proyecto actual en desarrollo, la información relevante aportada por dicho estudio corresponde a las siguientes preguntas:

¿Posee la empresa un documento que esclarezca cuáles son los comportamientos incentivados por ella en lo que se refiere a relaciones personales y comerciales? Este documento representaría el delineamiento de las conductas esperadas y consideradas positivas por la organización. Implica la materialización de los valores organizacionales declarados en comportamientos efectivos de sus miembros.

En base a las empresas encuestadas se relevó que sólo el 36% tenía un documento formal donde constaban estas declaraciones y un 15%, si bien no contaban con un documento formal, presentaban estas conductas explicitadas en algún otro tipo de formato en su estructura organizacional o estaban en proceso de confeccionarlo. Sin embargo, el 46% respondió que esto no sólo no existía de manera formal, sino que tampoco estaba siendo considerado por la conducción de la organización.

Luego, una segunda pregunta se refiere a ¿qué mecanismos de difusión del documento se utilizan? Al consultar la forma en que se difundían estos valores y comportamientos esperados todas las empresas comentaron que utilizaban la página web para difundir esta información, como así también reuniones y publicaciones especiales. Sólo el 45% de ellas también difundía esta información en el balance contable.

**Tabla 1.** Muestra de empresas de la Ciudad de Mar del Plata

Actividad principal de la empresa	Cantidad de personal permanente		Sector		Tamaño y sector						
	Q	%	Q	%	Q	%					
Hotelería y turismo	5	15,15%	< 40	10	30,30%	Comercio	9	27,27%	Pequeña	6	18,18%
Alimentos	2	6,06%	41-80	8	24,24%	Industria	6	18,18%	Mediana	18	54,55%
Comercio	9	27,27%	81-150	3	9,09%	Servicios	18	54,55%	Grande	9	27,27%
Educación	1	3,03%	151-250	2	6,06%						
Salud	4	12,12%	251-500	4	12,12%						
Construcción	2	6,06%	500-1000	1	3,03%						
Seguros	2	6,06%	> 1000	5	15,15%						
Textil	2	6,06%	NC		0,00%						
Otros Servicios	6	18,18%									
	33	100,00%		33	100,00%		33	100%		33	100%

**Fuente:** elaboración propia en base a los datos de la UNI-RSE

Un tercer interrogante es ¿a qué grupos de interés contempla el documento? Respecto de información sobre conductas esperadas en relación a determinados grupos de interés, se relevó que el 100% de las empresas encuestadas incluían en este documento información relativa a acciones de gestión vinculadas con empleados y el 94,12% también incluyen información vinculada con clientes. Es posible que esto se deba a que dos de los grandes pilares de gestión en las organizaciones son hoy en día, la conducción del capital humano y el desarrollo de las relaciones comerciales. Estos dos grupos de interés son los más relacionados en forma directa con la gestión estratégica tradicional de las empresas.

Por otro lado, se pueden ver tres grupos de interés presentes en más de la mitad de los reportes declarados por las empresas participantes que son: medio ambiente, proveedores y comunidad (todos entre el 64% y el 52%). Esto puede deberse a que la esencia de los documentos relacionados con la difusión y transparencia de las prácticas de gestión es la apertura en la consideración de grupos de interés más allá de las relaciones comerciales, como puede ser el medio ambiente y la comunidad.

Y por último, se puede observar que menos del 30% contempla en la información relevada y difundida a los gobiernos y a los accionistas minoritarios como grupos de interés.

Orto de los interrogantes es: ¿La empresa tiene balance social/ memoria de RSE / reporte de sostenibilidad? Al consultar a las empresas participantes se obtuvo que más de la mitad de ellas no confeccionaban ningún tipo de documento respecto de acciones de RSE. Solo un 36,33% sí lo hacía y un 9,09% generaba información intermedia, tanto respecto de la profundidad del análisis y alcance como de la sistematicidad de su elaboración.

Es de destacar que cuando se consultó a las empresas que lo realizaban en forma completa o parcial si este instrumento les resultaba útil para medir el impacto de las operaciones sobre las personas y el medioambiente y a divulgar sus compromisos futuros en relación a esos temas, el 60% de ellas respondió afirmativamente, siendo que el 33% encontró esta afirmación cierta sólo en parte y sólo una empresa respondió negativamente.

Al consultar si los reportes sociales se ela-

boraban regularmente, el 66,6% de las empresas consultadas respondió que sí, el 20% que si bien se intentaba mantener la regularidad no siempre se lograba y el 13,3% respondió que no lo hacían regularmente.

## METODOLOGÍA

Para el proyecto en desarrollo denominado "Balance Social. Exploración de la realidad en Pymes y diagnóstico de necesidades estructurales para su implementación" se aplica un formato de carácter descriptivo de corte transversal, empleando una estrategia metodológica de triangulación cuanti y cualitativa.

Objetivo general: Realizar una aproximación a la realidad de las PyMEs de Mar del Plata respecto de la implementación del Balance Social.

### *Objetivos específicos*

- Relevar el uso o no de la construcción del Balance Social por empresas PyMEs de Mar del Plata.
- Explorar, analizar y describir los motivos manifestados por los empresarios que no lo utilicen y determinar cuáles de ellos son percibidos como trabas para la implementación. Determinar si existen beneficios percibidos de la aplicación del Balance Social por las Pyme.
- Determinar cuáles de las trabas percibidas para la implementación constituyen motivos de carácter material (limitaciones objetivas y operativas) o si son repercusiones de una resistencia al cambio, siendo esta última habría que indagar si el motivo es rechazo o miedo. Comparar estos motivos relevados con la hipótesis propuesta.

## SUPUESTOS

Los motivos percibidos por las PyMEs para

la implementación del Balance Social encuadrarán en alguno de los enumerados a continuación:

- Información: la mayoría de las PyMEs no cuenta con un sistema de información administrativo contable necesario para confeccionar un Balance Social.
- Conocimiento sobre Balance Social: la mayoría de las PyMEs no cuenta con información sobre Balance Social, más aun, algunas no saben nada respecto al tema.
- Recursos humanos: no tienen personal que pueda dedicarse a armarlo o los recursos humanos de la organización no cuentan con los conocimientos necesarios.
- Recursos económicos: la confección les insume costos propios (tiempo, recursos humanos que dejan de hacer otras tareas, otros recursos) o tercerizados (si contratan a un contador para la tarea).
- Percepción de Beneficios: las PyMEs no perciben los beneficios de confeccionar un Balance Social.
- Obligatoriedad: Solo las empresas con más de 300 empleados están obligadas a presentar Balance Social.

### *Instrumentos*

Para el relevamiento se utilizó la técnica de entrevista semi-estructurada en base a un guión flexible.

### *Muestra*

La unidad de análisis son organizaciones PyMEs con base en Mar del Plata, pudiendo realizar operaciones localmente, a nivel nacional o internacional.

Para la administración de las entrevistas

se contactó a informantes clave de la organización ya sea con áreas de manejo y registro de información como así también relacionadas con algún nivel de influencia en la toma de decisiones. Algunos de los entrevistados han sido dueños de empresas. Hasta el momento se han conducido 20 entrevistas.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a la información cualitativa relevante hasta el momento, se realizaron 20 entrevistas semi-estructuradas con un guión flexible, a informantes claves. Los resultados preliminares del estudio se presentan a continuación ordenados por eje temático.

Grado de conocimiento de la herramienta de información "Balance Social". Si bien algunos de los entrevistados mostraron tener al menos registro nominal de lo que es un Balance Social sólo unos pocos demostraron un conocimiento sólido respecto de la metodología, objetivos y fines.

Percepción respecto de la importancia de elaboración y difusión de información sobre aspectos sociales de la gestión de las empresas. En general se puede identificar que los entrevistados tienden a relacionar las acciones sociales exclusivamente hacia afuera y orientadas hacia el trabajo con la comunidad. Se registran conceptos como ayuda y colaboración.

Asimismo se pone de manifiesto la importancia percibida de que esa información no sólo esté a disposición sino que se comunique activamente hacia usuarios externos de información. Los que se identifican en las entrevistas son esencialmente, los miembros de la comunidad (sociedad). No se registran otros usuarios de información como podrían ser los gobiernos, los proveedores, competidores e inclusive usuarios internos como los empleados.

Otro aspecto interesante que sólo estuvo presente en unas pocas entrevistas, fue la idea de necesidad de obligatoriedad requerida respecto de esta información y difusión. El entrevistado hace referencia a prácticas en otras partes del mundo, lo cual denota su conocimiento un poco más profundo de la herramienta y su contexto de aplicación.

Por otro lado también surge la percepción de la necesidad de difundir esta información. En uno de los casos aparece en el discurso una de las cuatro justificaciones predominantes que plantean Porter y Kramer (2006), que es la buena imagen como fuente de promoción positiva de la empresa.

Generación actual de información por parte de la empresa respecto de acciones sociales y ambientales de las empresas. Si bien la mitad de los entrevistados declararon que sus empresas no realizan acciones sociales, es interesante ver que casi la mitad de ellos informan que sí se hacen pero que no se publican. Al indagar en los motivos uno de ellos manifestó que es porque no tienen un sistema de información que recopile estos datos, mientras los otros dos entrevistados expresaron que no consideran adecuada la publicación de este tipo de acciones por sentir que esto no sólo quita mérito a la acción, sino que también está mal visto el acreditarse las obras de colaboración y asistencia.

Percepción de dificultades y barreras para que las PyMEs puedan confeccionar informes sociales de gestión (balance social). En referencia a las barreras y dificultades percibidas al momento de confeccionar información social surgen con alta repetición la falta de calificación técnica para su elaboración (conocimiento del método, la forma de realizarlo) y también la falta de interés de los empresarios en generarlo. Es muy probable que esta última sea causa de la primera.

También surge el tema del costo de dicha elaboración, además de la disponibilidad de mano de obra.

Algunos de los entrevistados hicieron referencia al tamaño de la organización como un justificativo para este tipo de informes, comparando la dimensión de la acción de la PyME con su tamaño en relación al de la gran empresa.

Opinión sobre lo que considera el entrevistado que requieren las PyMEs para superar dichas dificultades. Si bien algunos entrevistados insistieron en el tema del costo, propusieron que si ese factor estuviese cubierto se realizaría.

La mayoría planteó la necesidad de que no sólo su elaboración sea obligatoria, sino también que existan mecanismos de control y seguimiento (con posibles sanciones por incumplimiento). Esto es interesante porque más allá de dificultades operativas y materiales como el costo o la falta de conocimiento técnico, surge una barrera más contundente y más difícil de superar que es la cultura social a través de los valores.

## CONCLUSIONES

Si bien este artículo presenta resultados preliminares de un estudio exploratorio se pudo visualizar en las respuestas relevadas con las entrevistas que coinciden, en parte, con los resultados aportados por el estudio realizado por UNI-RSE, respecto a la poca aplicación de la práctica de generación de información social respecto de la gestión de las empresas. A su vez, también pueden verse presentes en los resultados de las entrevistas algunos de los factores de dificultad para la confección de estos informes, propuestos en la hipótesis de trabajo del proyecto. Entre ellos se pueden identificar: Conocimiento sobre el concepto y la técnica de confección del Balance Social e informes relacionados, Recursos humanos (en este caso al-

gunos de los entrevistados hacen referencia a “profesionales” y otros a “mano de obra”), Recursos económicos (identificados por los entrevistados como “costo”), Percepción de Beneficios (presente cuando se menciona “la falta de interés de los empresarios” en generar dicha información, basada en que no perciben ningún resultado positivo de hacerlo) y por último, la Obligatoriedad, (mencionada principalmente en el sentido de una forma de controlar el comportamiento responsable y transparente, que según los entrevistados, no surge de manera espontánea por falta de cultura ética y social en los empresarios).

Se considera que hasta el momento el trabajo está aportando información relevante para conocer más profundamente esta problemática respecto de la PyME y la gestión transparente y responsable socialmente, para luego diseñar propuestas de intervención para el aporte a la mejora de la gestión social de las organizaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bello Knoll, S. y González, R. (2013). *El balance social, la RT 36 y ley de sociedades comerciales*. VIII Congreso Iberoamericano de Derecho Societario y de la Empresa. Buenos Aires
- Etkin, J. (2012). *Brechas éticas en las organizaciones*. CengageLearning. Buenos Aires
- Fabris L. (2009). *La Responsabilidad Social Empresaria y la Ley 2594 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Buenos Aires. Recuperado de: Erreius.com
- Fronti de García, L. (2008). Responsabilidad ambiental empresaria. Informes contables. EDICON: Buenos Aires.
- Fronti de García, L. (s/f). *Los Límites de la Responsabilidad Social de la Empresa*, Congreso Universidad de Buenos Aires,



Universidad Rey J. Carlos de España,  
2006, Vol. 1, pp. 978

OIT, CEPAL y UNDP. (2004). Documento de  
adhesión del sector privado argentino.

Porter, M. y Kramer, M. (2006). Estrategia y  
Sociedad. Harvard Business Review,  
dic. 2006

Este documento se encuentra  
disponible en línea para su descarga en:  
<http://ppct.caicyt.gov.ar/rain/article/view/v3n2a8>  
ISSN 2422-7609 eISSN 2422-5282 – Escuela Argentina  
de Negocios . Este es un artículo de Acceso Abierto bajo  
la licencia CC BY-NC-SA  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)



