

Ciudad Obregón, Sonora, a 19 de Agosto de 2013.

Instituto Tecnológico de Sonora  
P r e s e n t e .

El que suscribe **Miriam Janeth Figueroa Ricardo**, por medio del presente manifiesto bajo protesta de decir verdad, que soy autor y titular de los derechos de propiedad intelectual tanto morales como patrimoniales, sobre la obra titulada **“Emisión de reportes sociales por el sector empresarial”** en lo sucesivo **“LA OBRA”**, misma que constituye el trabajo de tesis que desarrolle para obtener el grado de Licenciatura en ésta casa de estudios, y en tal carácter autorizo al Instituto Tecnológico de Sonora, en adelante **“EL INSTITUTO”**, para que efectúe la divulgación, publicación, comunicación pública, distribución y reproducción, así como la digitalización de la misma, con fines académicos o propios del objeto del Instituto, es decir, sin fines de lucro, por lo que la presente autorización la extiendo de forma gratuita.

Para efectos de lo anterior, EL INSTITUTO deberá reconocer en todo momento mi autoría y otorgarme el crédito correspondiente en todas las actividades mencionadas anteriormente de LA OBRA.

De igual forma, libero de toda responsabilidad a EL INSTITUTO por cualquier demanda o reclamación que se llegase a formular por cualquier persona, física o moral, que se considere con derechos sobre los resultados derivados de la presente autorización, o por cualquier violación a los derechos de autor y propiedad intelectual que cometa el suscrito frente a terceros con motivo de la presente autorización y del contenido mismo de la obra.

**Miriam Janeth Figueroa Ricardo**





INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA  
Educar para Trascender

# “Emisión de Reportes Sociales por el Sector Empresarial”

## Tesis

### Que para obtener el título de Licenciado en Contaduría Pública

Presenta

Miriam Janeth Figueroa Ricardo

Cd. Obregón, Sonora;

Agosto de 2013

## **DEDICATORIA**

### ***A mis padres:***

Por darme todo su apoyo y comprensión durante a lo largo de mi vida, gracias por todo el cariño que me han brindado y por ayudarme a poder lograr estudiar hasta este nivel y sé que lo hicieron con mucho esfuerzo, también les agradezco por siempre estar presentes en todos los momentos importantes de mi vida, por lo cual yo siempre estaré muy agradecida con ustedes, los quiero mucho.

### ***A mi novio:***

Gracias Armando por estar siempre a mi lado tantos años apoyándome en todos los momentos que he pasado en mi vida tanto en las buenas como en las malas, te agradezco todo la paciencia que me has tenido, por tu comprensión que en varias ocasiones no podíamos estar juntos por cuestión de la escuela, y sobre todo gracias por todo el amor que me has brindado.

## **AGRADECIMIENTOS**

### ***A Dios:***

Gracias señor por permitirme tener una vida tan plena, feliz por brindarme salud ya que gracias a esto he logrado todo lo que he hecho hasta el día de hoy, y sé que siempre estas a mi lado acompañándome y guiándome por el buen camino.

### ***A mi familia:***

A mis primos, tíos, abuela, bisabuelo, es decir a todos mis seres queridos los que están presentes y los que están en mi corazón, gracias por siempre apoyarme y darme ánimos para seguir adelante, por su comprensión, cariño y por todos aquellos momentos que hemos pasado juntos.

### ***A mis amigos:***

Gracias a todos mis compañeros que conocí durante estos cuatro años, que me brindaron su apoyo tanto en la escuela como en lo personal, gracias por hacerme reír y por todos aquellos buenos momentos que compartimos.

### ***A mis maestros:***

Durante esta etapa de mi vida tuve la oportunidad de conocer excelentes maestros que además de enseñarme los conocimientos que adquirí durante mi carrera, también me brindaron su apoyo, gracias por animarme y por compartir sus consejos y experiencias que han vivido, gracias a esto seré una mejor profesionista.

### ***A mi asesora:***

Gracias maestra Nereida por tener confianza en mí y considerarme parte de su equipo de investigación y por brindarme la oportunidad de participar en este proyecto, por el tiempo que me dedico y gracias por compartir sus conocimientos conmigo.

## RESUMEN

En la actualidad es indispensable que las empresas consideren todas aquellas necesidades que demanda la sociedad y a su vez las del entorno en la que se desenvuelve, y con esto lograr una mejor calidad de vida para los seres humanos y a su vez ayudar a contribuir al cuidado del medio ambiente por medio de las acciones que realice la empresa. Por lo cual es de suma importancia que las empresas adquieran una mejor perspectiva y preocupación por su entorno es decir que no solamente tengan como meta obtener ganancias sino también realizar actividades con el propósito de mejorar el entorno en el que se encuentra.

Hoy en día para las empresas no solamente es importante informar sobre su situación económica, ahora también es un aspecto muy importante que las empresas comuniquen sobre todas aquellas actividades que realizan para el bien de la comunidad y de esta manera considerarse una empresa socialmente responsable. Por el motivo que se mencionó anteriormente se realizó una investigación la cual fue aplicada a 60 empresas que se encuentran en Cd. Obregón, Sonora, las cuales pertenecen a distintos giros como son de: servicio, sector agrícola, industrial, financiero, entre otros así como también son empresas pequeñas, medianas y grandes, todo esto con el objetivo de identificar la situación actual respecto a la temática de Reportes Sociales en empresas de Cd. Obregón, Sonora.

El instrumento que se utilizó para obtener la información fue mediante la aplicación de un instrumento de Reportes Sociales conformado por un total de 17 preguntas dividido en dos secciones: Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, obteniendo de esta manera los resultados y posteriormente fueron procesados para la obtención de las tablas y así poder generar los gráficos y de esta manera permitiendo mostrar los resultados que las empresas de Cd. Obregón tienen un nivel muy bajo en su conocimiento respecto a la temática de Reportes Sociales ,pero sin embargo tienen el gran interés de capacitarse y conocer más sobre este tema y posteriormente poder elaborar y presentar Reportes Sociales, logrando así las empresas obtener los beneficios que brinda el llevar a cabo esta acción, por lo cual lo que se mencionó anteriormente se mostrará en la presente investigación.

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	i
Agradecimientos.....	ii
Resumen .....	iii
Índice.....	iv

### **I. CAPÍTULO INTRODUCCIÓN**

1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	10
1.3 Objetivo .....	11
1.3.1 Objetivos específicos .....	11
1.4 Justificación.....	12
1.5 Limitaciones del estudio .....	13

### **II. CAPÍTULO FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

2.1 Reportes o Balances Sociales.....	14
2.1.1 Objetivos del Reporte Social.....	17
2.1.2 Estructura Básica de un Reporte Social.....	18
2.1.3 Calidad del Reporte Social.....	20
2.1.4 Clasificación de los Reportes Sociales .....	21
2.1.5 Etapas del Reporte Social.....	23
2.1.6 La importancia de elaborar un Reporte Social .....	33
2.1.7 Beneficios de reportar para una empresa .....	34
2.1.8 Normas que regulan los Reportes Sociales .....	36
2.1.9 Credibilidad de un Reporte Social.....	38
2.1.10 Consideraciones del Reporte Social .....	38
2.1.11 Ventajas de los Reportes Sociales .....	39

2.2 Responsabilidad Social Empresarial .....	41
2.2.1 Características de Responsabilidad Social .....	42
2.2.2 Tipos de Responsabilidades .....	42
2.2.3 Ventajas de la Responsabilidad Social .....	43
2.3 Desarrollo Sustentable .....	44
2.3.1 Características .....	45
2.3.2 Importancia del Desarrollo Sustentable .....	46
2.3.3 Tipos de Sustentabilidad .....	46
2.3.4 Ventajas del Desarrollo Sustentable .....	47

**III. CAPÍTULO  
MÉTODO**

3.1 Sujetos .....	49
3.2 Materiales .....	50
3.3 Procedimiento .....	51

**IV. CAPÍTULO  
RESULTADOS Y DISCUSIONES**

4.1 Descripción del Procedimiento e Interpretación de Resultados .....	52
--	----

**V. CAPÍTULO  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones .....	65
5.2 Recomendaciones .....	67

<b>VI. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>69</b>
-------------------------------	-----------

# I. CAPÍTULO INTRODUCCIÓN

La investigación presentada en este documento busca conocer la forma en que los Reportes Sociales se han ido implementando dentro las empresas y así como también entender el problema que se presenta en las empresas de Cd. Obregón, la justificación, objetivos, y finalmente las limitaciones que se presentaron durante el desarrollo de esta investigación.

## 1.1 Antecedentes

Los primeros intentos de exponer públicamente indicadores semejantes a los que hoy caracterizan al Balance Social (Social Balance) o Reporte Social, surgieron a partir de 1966 en los Estados Unidos de Norteamérica con la finalidad de mejorar la imagen pública de las empresas.

En esa época, una coalición formada por liberales, estudiantes, periodistas, consumidores y ecologistas, comenzaron a criticar duramente la política de industrialización, de publicidad agresiva y de explotación poco afortunada de los recursos naturales por parte de las organizaciones, haciéndolas responsables de la crisis social que atravesaba el país, particularmente en sus principales ciudades.

Ante los hechos, bajo el concepto de Responsabilidad Corporativa y con la denominación de Auditoría Social, se procuró cuantificar en términos monetarios los beneficios de llevar a cabo los reportes sociales y perjuicios sociales directamente relacionados con las políticas laborales emprendidas por las instituciones.

El primer Balance Social reconocido como tal lo publicó la empresa Singer en el año 1972, este instrumento se difundió también en Europa, principalmente en Alemania y Francia, y así al resto del mundo. Desde entonces, ha pasado a ser tema de interés para gobiernos y organismos internacionales, Acción Empresarial (2002).

A partir de los años ochenta surgen numerosas propuestas de modelos de Balance Social, por parte de diferentes organizaciones empresariales y no gubernamentales. En Chile, el tema del Balance Social llegó en forma paralela al resto del mundo y fue acogido en su momento por algunas instituciones, entre las que destacan: la Unión Social de Empresarios Cristianos (USEC), Universidades, Colegios Profesionales y la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), esta última ha publicado anualmente sus Balances Sociales junto a sus Balances Económicos, desde 1975, según Acción Empresarial (2002).

En la década de los noventa, los reportes sociales comenzaron a ser adoptados por las compañías multinacionales y globales, como una estrategia para mostrar a la sociedad que contribuyen al desarrollo sustentable de las regiones donde operan.

Aunque los reportes se construyen bajo diferentes matices y metodologías de acuerdo a la zona geográfica, tamaño, giro e intereses de la empresa, hoy en día se pueden delinear algunas tendencias dentro de las compañías más grandes del mundo.

- ✦ La mitad de las compañías del grupo de las *Fortune* 100, publican algún tipo de reporte ambiental, social o de sustentabilidad.
- ✦ Un mayor número de compañías publican sus reportes sobre temas ambientales y sociales en vez de sólo ambientales.
- ✦ De las corporaciones más grandes en el mundo más de la mitad de estas compañías siguen la metodología que propone el *Global Reporting Initiative (GRI)*.
- ✦ En algunos sectores que tradicionalmente no hacían reportes, como los de Servicios Financieros y de Mercadotecnia, ahora lo están haciendo y se están poniendo a la vanguardia.

En los noventa, se empezaron a difundir las auditorías ambientales e impulsado por este éxito de las mencionadas auditorías, surgió en Europa un nuevo movimiento relacionado con las ventajas que implicaba a la empresa la publicación de este tipo de balance. En Iberoamérica, las principales instituciones públicas y privadas de países como Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay, publican anualmente sus Balances Sociales.

Como resumen de los antecedentes, se cree conveniente destacar que en la medida que la civilización avanza, los requerimientos de transparencia son mayores. Entre otras razones, por el altísimo grado de interrelación que tienen la actividad de los diversos agentes. La acción social de un grupo de empresarios puede estar relacionada con los recursos naturales, el medio ambiente, la capacitación y educación de sus recursos humanos, el desarrollo sustentable, el bienestar de la comunidad, entre otros.

Por tal razón, es de esperar que la demanda de la sociedad vaya aumentando en estos aspectos, exigiendo un nivel mayor de revelación, de cuantificación y de detalle respecto de las políticas sociales.

Las normas que existían en los años sesenta y ochenta ya se centraban en prohibiciones y obligaciones más que en objetivos a realizar o aspiraciones que implicaran la generación de valor añadido para la empresa y la comunidad en general.

La creciente competencia en el mundo global ha provocado que cada vez sean mayores las exigencias sobre el desempeño de las empresas. El adquirir beneficios económicos, ya no es el único elemento que los inversionistas y la sociedad exigen a una empresa, sino también el actuar con principios éticos, ser transparente en sus operaciones, preocuparse por la calidad de vida y trabajo de sus empleados, mantener el cuidado del medio ambiente y contribuir sustancialmente al bienestar de las comunidades donde se desenvuelve. Es así como los Reportes Sociales se han convertido en la expresión de los esfuerzos de las empresas para cumplir estas exigencias.

Posteriormente se mostrará casos empíricos de investigaciones de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable así como también casos de empresas que han llevado a cabo los Reportes Sociales:

**Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial, Argentina:** esta encuesta fue realizada entre febrero y mayo del año 2005 por *TNS-Gallup* y la Universidad de San Andrés a partir de una iniciativa de la *Fundación IRSA*, el Foro del Sector Social y la mencionada universidad, y contó con el auspicio del Banco Mundial, Molinos y Shell.

La encuesta estuvo orientada a conocer el grado de desarrollo de la responsabilidad social empresarial en las empresas de mayor facturación en el país a partir de las respuestas a un cuestionario que indagó las opiniones y prácticas de responsabilidad social empresarial. Con tal fin se realizaron entrevistas a una muestra de directivos de 153 empresas con oficinas corporativas en Buenos Aires, incluyendo a entidades del sistema financiero con mayores depósitos y compañías de seguro de mayor volumen.

Los resultados obtenidos respecto a Reportes Sociales fueron los siguientes:

Se observa una baja difusión de los valores de las empresas en sus memorias y balances ya que sólo el 24% de las empresas los incluyen. La mayoría los difunde internamente, la mitad lo hace en folletos e internet.

Cerca de un tercio de las empresas, publica un reporte o balance social en forma anual, mientras que el 7% lo publica esporádicamente, y otro 16% publica información sobre sus acciones sociales pero no en forma sistematizada en un reporte o balance. Entre las organizaciones que publican reportes o balances sociales, sólo el 61% de ellas lo hace siguiendo estándares preestablecidos.

Entre las organizaciones que publican reportes o balances sociales, sólo el 61% de ellas lo hace siguiendo estándares preestablecidos. El modelo mencionado con mayor frecuencia fue el del Global Reporting Initiative, en un cuarto de los casos aproximadamente (26%).

En idéntica proporción se utilizan estándares ad hoc elaborados por la casa matriz de la empresa u otros no especificados. Otros estándares reconocidos internacionalmente son raramente utilizados (todos ellos en alrededor del 9% de los casos), tales como el SA 8000 de Social Accountability Internacional, el AA 1000 de AccountAbility o el del Instituto Ethos.

El 46% de las empresas encuestadas reportó que ha sido certificada por estándares medioambientales reconocidos, tales como el ISO 14001 o similar.

Los Reportes Sociales son de suma importancia para las empresas hoy en día ya que les permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa dando a conocer los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad en su conjunto.

**Encuesta de Reportes Sociales enfocado a Responsabilidad Social Empresarial, Venezuela:** se realizó una encuesta de 39 preguntas de Responsabilidad Social aplicada a 142 empresas comerciales, de servicio, bancos, farmacéutico, construcción, entre otras más, de las cuales el 70% son grandes empresas y el 30% de las pequeñas y medianas empresas (PyMES) de Venezuela en 2011 por Espiñeria Pacheco y Asociados.

Donde se realizó una serie de preguntas acerca de la Responsabilidad Social como también se cuestionó a cerca de los reportes sociales como los consideran las empresas, quien audita el reporte elaborado por la empresa, que estándares utiliza para realizar el reporte, donde se concluyó que el 40% de las empresas encuestadas no realizan un reporte o balance social para brindar información social, lo cual se puede observar que en Venezuela existen diversas empresas que no se han preocupado por brindarle información en forma oportuna a su grupo de interés.

**Responsabilidad Social Empresarial de la PyMES, en Bolivia:** el presente informe es el resultado de la aplicación de un diagnóstico desarrollado por Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) que muestra la realidad de un grupo de empresas de Bolivia en el ámbito de la aplicación de la RSE.

Objetivo general del proyecto: Impulsar la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión de las PyMES, a través de la aplicación de una metodología de diagnóstico de RSE a un conjunto de 20 empresas en Bolivia.

En esta investigación se analizó el porcentaje de empresas que auditan o publican un reporte financiero, por ámbito: ambiental, financiero y social. El resultado del diagnóstico permitió tener una visión general del comportamiento de la cantidad de empresas que emiten, publican y/o auditan algún tipo de reporte, siendo el Reporte Financiero el más auditado por las mismas, pues 17 de las 20 empresas evaluadas realizan esta acción, y 14 de ellas emiten un Reporte de este tipo. Por otro lado, los Reportes Social y Ambiental son los menos realizados, pues sólo el 5% de las empresas publica y un 10% Audita estos reportes.

**Encuesta sobre el Desarrollo Sustentable, México:** este estudio se realizó en la ciudad de México en 2009 por la Empresa consultora *KPMG International Annual Review* con la finalidad de conocer las actitudes y el acercamiento que tienen las compañías de nuestro país hacia el tema de Desarrollo Sustentable.

El presente estudio se realizó en los meses de agosto y septiembre del 2008, a partir de una encuesta aplicada a más de 150 directivos de empresas que operan en México con ingresos de 200 a más de 5,000 millones de pesos. Este instrumento fue aplicado a Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES), uno de sus objetivos fue conocer si elaboran reportes las empresas en México, cuales son las guías más utilizadas en la elaboración de informes o memorias de sustentabilidad de *Global Reporting Initiative* (Guía GRI).

En el cual se obtuvo los siguientes resultados el 15% de las organizaciones emite un reporte de Desarrollo Sustentable, el 17% emite un informe específico de sustentabilidad y el 68% no emite ningún reporte. También se analizó que las empresas que lo realizan el 66% si está basado en estándares internacionales y el 34% no se labora según consideración de la dirección.

Un elevado número de compañías reconoce que la verificación independiente de los reportes provee confianza a los *stakeholders* internos y externos, acerca de la credibilidad y relevancia de datos reportados e información sobre el desempeño.

Otros resultados que se obtuvieron por medio de este instrumento es que del 55% de los reportes emitidos es verificado por un organismo independiente y el 45% no es auditado.

Como se pudo observar emitir informes de sustentabilidad representa una buena práctica de relacionamiento con los grupos de interés de la compañía y además es visto como un valor agregado en el negocio, la guía GRI proporciona un marco ampliamente aceptado para el informe y es aplicable a diversos sectores de industria.

**Investigación del Desarrollo Sostenible, México:** para realizar este estudio se encuestó a 60 Directores Generales y Consejeros de Empresa en México. Todos forman parte de organizaciones mexicanas con ingresos entre 200 y 10,000 millones de dólares anuales.

Es importante subrayar que el reporte no pretende reflejar a la sociedad mexicana en su totalidad, ya que el ambiente de negocios nacional está dividido en Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) y grandes organizaciones.

Los resultados que se obtuvieron en esta investigación acerca de los reportes o balances sociales son los mencionados a continuación:

El 27% de las organizaciones emite un reporte de Sostenibilidad y/o tiene canales formales de comunicación con sus Grupos de Interés. Este dato contrasta con el hecho de que el 81% de las organizaciones tenga a sus grupos de interés (*stakeholders*) identificados.

En el caso de las organizaciones que generaron un reporte, en un 70% utilizan el estándar de reporte de *Global Reporting Initiative* (GRI) para el mismo y el 22% no se basa en algún estándar específico de reporte en Sostenibilidad.

A continuación se mencionan casos de empresas que emiten reportes sociales:

**Kimberly Clark - Reporte de Sustentabilidad, Argentina 2009:** La transparencia de su trayectoria se refleja, después de 15 años de permanencia y continuo crecimiento en el país, en la calidad de sus productos; y su visión empresarial trasciende el crecimiento económico de la compañía.

Su actividad genera miles de empleos y su producción industrial supera los más altos parámetros establecidos en el mercado, influenciando notablemente en la calidad de vida de los argentinos. Una empresa social y ambientalmente responsable, que por liderazgo y actitud proyecta el camino a seguir.

El segundo Reporte de Sustentabilidad de Kimberly-Clark Argentina es otro paso en la consolidación de su estrategia de Sustentabilidad, utilizaron para el proceso anual de reporting los Lineamientos G3 propuestos por Global Reporting Initiative.

Esta empresa a lo largo de 2011, la pasión y la dedicación de todos los que hacen *Kimberly-Clark* Argentina, le han permitido poner en práctica su visión corporativa global “Guiar al mundo en lo esencial para una vida mejor” con el objetivo de:

- ✦ Promover la integridad en sus negocios
- ✦ Consolidar el camino hacia la sustentabilidad ambiental
- ✦ Apostar al talento interno y al trabajo en equipo
- ✦ Acompañar a sus consumidores en cada una de las etapas de su vida
- ✦ Movilizar el desarrollo social
- ✦ Impulsar la RSE de la mano de sus proveedores.

**Intel - Informe de Responsabilidad Social Corporativa, 2008:** A lo largo de sus 40 años de historia, Intel ha expandido las fronteras de la innovación creando productos que cambiaron fundamentalmente la forma en la que la gente vive y trabaja.

Al trabajar con otros, encontramos oportunidades de aplicar nuestra tecnología y experiencia a la resolución de los más grandes desafíos que el mundo debe enfrentar, desde el cambio climático y la conservación del agua hasta la calidad de la educación y la brecha digital.

Su compromiso con la responsabilidad social corporativa es indeclinable, incluso en tiempos de crisis económica. Adoptaron una actitud proactiva e integrada en el manejo del impacto en las comunidades locales y en el medioambiente, lo que no solo beneficia a las personas y a nuestro planeta sino que también es bueno para el negocio mismo. Integrar la responsabilidad social corporativa en la estrategia de Intel

ayuda a mitigar el riesgo, construir relaciones sólidas con todas las partes interesadas, y a expandir las oportunidades de mercado.

En 2008, se convirtieron en el más grande comprador de energía ecológica de los Estados Unidos de América (EE.UU.), de acuerdo con la Agencia de Protección Ambiental de EE.UU. También construimos las primeras instalaciones alimentadas por energía solar dentro de los edificios de Intel, para apoyar a empresas que están desarrollando tecnologías vinculadas a la producción de energía solar.

Este logro, más de un millón de horas de trabajo voluntario en un solo año, captura la esencia de lo que significa la responsabilidad social corporativa para Intel. Es un ejemplo del compromiso, energía y espíritu innovador que identifican a Intel.

El presente estudio surgió de la necesidad de identificar el papel que las empresas están jugando respecto a la temática de Reportes Sociales y poder aplicar por medio de este estudio todos los conocimientos adquiridos en la asignatura de consultoría.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

En la actualidad no se tiene información en relación a elaboración de reportes sociales de empresas de ciudad obregón, Sonora debido que la mayoría de las empresas desconocen este tema y por ende no se preocupan por realizar los reportes sociales, esto desenvuelve una problemática en diferentes aspectos ya que los reportes sociales ayudan a detectar las carencias que tenga la empresa en diferentes aspectos como: económico, social, seguridad, entre otras, por lo que a su vez las empresas al no realizar estos reportes se privan por si mismas de poder obtener estos beneficios.

Las empresas deben de realizar reportes sociales para que puedan resolver las problemáticas a las que se enfrenta la región y a su vez poder mejorar su imagen hacia su grupo de interés.

Debido a esta problemática que se presenta surgen las siguientes interrogantes:

- ✦ ¿Cuál es la situación actual de las empresas respecto a los reportes sociales?
- ✦ ¿Publica la empresa información sobre sus acciones sociales, comunitarias y ambientales?
- ✦ ¿Realiza Reportes Sociales en su empresa?
- ✦ ¿Con qué regularidad se publican esos reportes o balances?
- ✦ ¿Cuál es el grado de utilización en su empresa del balance social como herramienta de gestión estratégica?
- ✦ ¿El reporte es auditado por un organismo independiente?
- ✦ ¿El reporte que desarrolla se basa en estándares internacionales?

### **1.3 Objetivo**

El objetivo de este trabajo es realizar un diagnóstico que permita identificar la situación actual respecto a la temática de Reportes Sociales en empresas de Cd. Obregón, Sonora.

#### **1.3.1 Objetivos específicos**

- ✦ Analizar el estado actual de las empresas respecto al conocimiento de los reportes sociales
- ✦ Identificar si las empresas realizan los reportes sociales
- ✦ Conocer si las empresas están apegados a los estándares internacionales
- ✦ Percibir si las empresas que emiten reportes sociales son auditados por organismos independientes.

## **1.4 Justificación**

Con esta investigación se pretende conocer la situación actual en la que se encuentran las empresas de la Ciudad Obregón relacionados con los Reportes Sociales, y a su vez darles a conocer este tema todos los beneficios que pueden obtener al realizarlos, con el objetivo de ayudar a las empresas a identificar cuáles son los diferentes aspectos que pueden mejorar, logrando así desarrollar la calidad de las empresas en diferentes aspectos como sociales, ambientales, económicos, y a su vez beneficiando a la sociedad.

De esta forma se pretende que la información arrojada sobre el desarrollo de Reportes Sociales le pueda servir como instrumento de mejora para la empresa, con la ayuda de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento se detectará en que aspectos dichas empresas les hace falta mejorar, esto con la intención que tengan una mejor calidad de imagen como empresa.

Así como también se verá beneficiada tanto la empresa como la sociedad ya que tendrán empresas responsables que se preocuparán por proporcionar información a clientes, proveedores, empleados, inversionistas de cómo llevan a cabo sus actividades sociales, ambientales, económicas en la empresa.

Desarrollar una investigación que permita a los interesados en el tema de reportes sociales, proporcionarles información de diagnóstico de empresas a fin de que se aporte al conocimiento de este tema.

Este estudio se realizará mediante la investigación descriptiva debido a que este tipo de estudios buscan medir, evaluar o recolectar datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes de un fenómeno a investigar y finalmente explicar los resultados obtenidos en la investigación.

## **1.5 Limitaciones del estudio**

La presente investigación únicamente está orientada a conocer los reportes sociales de las empresas en estudio con el fin de identificar la situación actual de las empresas y su relación con la responsabilidad social; además de que las empresas no disponen del tiempo para atender a los instrumentos aplicados en el proyecto en tiempo y forma, algunas políticas de las organizaciones tienen prohibido otorgar información a las personas externas a las empresas.

## **II. CAPÍTULO**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Durante el presente capítulo se dará a conocer diferentes conceptos, objetivos, de qué manera deben estructurar las empresas los reportes sociales, su clasificación, las etapas que se deben cumplir, así como también la importancia de emitir un balance social, las normas que regulan los reportes sociales y finalmente los beneficios que obtienen al llevar a esta acción.

#### **2.1 Reportes o Balances Sociales**

Las empresas multinacionales, en respuesta a la creciente demanda por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Desarrollo Sustentable, han comenzado a incluir en sus reportes corporativos informes sobre el desenvolvimiento económico, social y medio ambiental de la empresa, a este tipo de información es lo que se le conoce como Reporte Social.

Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (2001) define el Reporte Social como una herramienta práctica que permite a la empresa, y al entorno en que se desenvuelve, medir y evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un buen ciudadano corporativo.

En este sentido, el Reporte Social se ha convertido en una estrategia de comunicación que permite a la empresa atender las inquietudes de sus diversos públicos clave, construir capital, diferenciarse de otras marcas o simplemente demostrar el serio compromiso que tiene la compañía con su código de conducta.

Al reporte social también se le conoce como Balance Social, el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA, 2001) lo considera como una herramienta de la política empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

Consiste en reunir y sistematizar la información correspondiente a las dimensiones sociales de la empresa, realizando con objetividad y seriedad una descripción de indicadores, así como una enumeración realista y rigurosa de las tareas realizadas por la institución en materia social.

Es una expresión de la dimensión social del quehacer empresarial, mostrando datos cifras acerca del impacto de la relación de la empresa con su entorno y con sus grupos humanos interno y externo. Recoge las áreas más relevantes de las relaciones entre empresa y sociedad, presentando los costos y beneficios de cada una de ellas y diferenciando las prestaciones que son impuestas directa o indirectamente por ley, de aquellas que materializan aportaciones voluntarias.

Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES, 2004) afirma que el Balance Social, conocido como también Reporte Social Empresarial o Reporte de Sustentabilidad, es un complemento al balance financiero publicado anualmente por la empresa, en el cual se da cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad en su conjunto. También lo considera como un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial.

El Balance Social es una herramienta que, al ser elaborada por varios profesionales que forman parte de la empresa (ingenieros, contadores, analistas y otros), tiene la capacidad de reflejar y medir la preocupación de la misma por las personas, el medio ambiente y en términos generales, cómo interactúa la empresa vista como una unidad funcional con el resto del mundo.

Fernández, Geba, Montes y Schaposnik (2005) sostienen que el balance social "consiste básicamente en reunir y sistematizar la información del área social, en un documento público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento básico del balance social, que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información, lo más amplio, preciso y objetivo posible constituye un balance social".

Asimismo el Reporte Social también es considerado como una herramienta práctica que permite a la empresa, y al entorno en que se desenvuelve, evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un buen ciudadano corporativo Centro de Análisis y Evaluación de la Política Pública (CAEP, 2005).

Según Acción Empresarial (2002) en el balance social la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la

rodean. Y considera que su función principal es hacer pública la responsabilidad social empresarial, construyendo mayores vínculos entre la empresa, la sociedad y el medioambiente, lo cual se considera como un gran beneficio para la empresa.

### **2.1.1 Objetivos del Reporte Social**

Un Reporte Social tiene distintos objetivos por medio de los cuales ayudan a las empresas a evaluar su desempeño en el aspecto social e identificar de qué manera pueden mejorar sus acciones.

Según Zabala (2008) considera que el Reporte Social tiene los siguientes objetivos:

- ✦ Evaluar el desempeño de las organizaciones en el campo social en un momento histórico determinado.
- ✦ Servir de base para planificar las actividades de la organización empresarial en beneficio de todos los públicos, en las áreas que se relacionen con la política social de la institución.
- ✦ Responder en forma clara y precisa a las exigencias de información de todos sus públicos.
- ✦ Evaluar los resultados de la acción social de la organización empresarial.
- ✦ Lograr proyección social de la organización empresarial.
- ✦ Crear instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios sociales de sus actos.
- ✦ Realizar correcciones respecto al manejo y dirección de los recursos involucrados en las acciones sociales.
- ✦ Servir de instrumento para medir el acercamiento al cumplimiento del objetivo social de la organización.
- ✦ Crear y facilitar la formación de opinión, mediante la garantía de una información objetiva, clara, detallada, veraz y oportuna.

Como se pudo observar un Reporte Social tiene diferentes objetivos, para una empresa es de suma importancia elaborar y emitir un Reporte Social porque por medio de él puede dar a conocer todas las acciones sociales que realiza para

beneficiar a la comunidad y a su vez la ayuda a detectar en que aspectos le hace falta mejorar.

### **2.1.2 Estructura Básica de un Reporte Social**

La estructura básica del reporte social propuesta por Acción Empresarial (2002), puede ser aplicada a cualquier tipo de organización, independiente de su tamaño y actividad.

#### **Presentación:**

A continuación se describirá los puntos que deberán incluirse en la presentación inicial del reporte social como son los siguientes:

- ✦ **Mensaje del presidente:** se deberá describir los principales elementos de la memoria, particularmente aquellos dedicados a la misión y visión, los desafíos recientes y futuros de la organización frente al desempeño social, ambiental y económico.
- ✦ **Perfil de la empresa:** Ofrece una visión general de la empresa, una especie de síntesis que permita la visualización del todo, dando contexto para comprender y evaluarla información de los capítulos siguientes.
- ✦ **Sector de la economía:** Breve presentación del sector de la economía en que actúa la empresa, abordando incluso sus retos y perspectivas, y la contribución del sector a la economía general del país.

#### **Parte I. La empresa**

Posteriormente se deberá incluir un apartado donde se mencione cada uno de los siguientes aspectos de la empresa:

- ✦ **Historia:** Relato en forma resumida del origen de la empresa y etapas trascendentales de su vida.

- ✦ **Principios y valores:** Es un buen momento para introducir los principales dilemas y naturaleza del negocio, con el fin de hacer aún más transparente la posición corporativa frente a los desafíos que se le presentan.
- ✦ **Estructura y funcionamiento:** Es un buen momento para introducir los principales dilemas y naturaleza del negocio, con el fin de hacer aún más transparente la posición corporativa frente a los desafíos que se le presentan.
- ✦ **Gobierno corporativo:** presenta su Directorio o gobierno corporativo, sus criterios de selección, misión y principales atribuciones.

## Parte II. El negocio

De igual manera en la parte II, las empresas deberán desarrollar los siguientes puntos como se explican a continuación:

- ✦ **Visión:** Exposición de la visión de la empresa y descripción de cómo ésta integra la acción social, medioambiental y económica al proceso de toma de decisiones.
- ✦ **Dialogo con los grupos de interés:**
  - **Indicadores de Desempeño:** la empresa establece como prioritarios sus indicadores de responsabilidad social, es esta la base informativa que utiliza para dialogar con sus diferentes públicos.
  - **Indicadores de Desempeño Económico:** busca dar transparencia a los impactos económicos de la empresa, los que no siempre son considerados en los tradicionales balances financieros.
  - **Indicadores de Desempeño Social:** buscan expresar los impactos de las actividades de la empresa en relación con su público interno, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y sociedad en general.
  - **Indicadores de Desempeño Ambiental:** La empresa impacta al medioambiente de diversas formas e intensidad. Su relación con el aire, el agua, el suelo, la biodiversidad, constituye el amplio conjunto de aspectos que la compañía debe considerar en su desempeño y actuar frente a ellos acorde con sus compromisos medioambientales

## **Anexos:** Sugeridos al Reporte Social

**Proyectos Sociales:** Presentación y descripción de las diferentes iniciativas, programas o proyectos que desarrolla la compañía sola o asociada con otra institución, en las áreas social, medioambiental y cultural, entre otras.

**Notas Generales:** Esta sección final es destinada a notas explicativas sobre el contexto y metodología del proceso de recopilación de la información y de la producción de los indicadores utilizados en el reporte.

Es necesario que toda empresa que emite un Reporte Social siga una estructura ya que esto le ayudará a que sea un reporte organizado, presentable, el cual contribuye que esto de una buena imagen de la empresa. Por otra parte al seguir todas las empresas un solo patrón en los Reportes Sociales esto contribuye a que sean más formales y reflejen mayor credibilidad.

### **2.1.3 Calidad del Reporte Social**

Acción RSE (2007) dice que las empresas no solo deben elaborar un Reporte Social por cumplir, deben de hacerlo con calidad para que sea un reporte presentable y considera que debe contener como mínimo los siguientes puntos para que realmente sea un Reporte con calidad:

- ✦ **Equilibrio.** El reporte deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- ✦ **Comparabilidad.** Se deben seleccionar, recopilar y divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

- ✦ **Precisión.** La información que contiene el reporte debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante.
- ✦ **Periodicidad.** La información debe publicarse a tiempo siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.
- ✦ **Claridad.** La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que harán uso del reporte.
- ✦ **Fiabilidad.** La información y procedimientos seguidos en la preparación del reporte deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

Si las empresas van a realizar Reportes Sociales se requiere que no solo lo realicen por obtener beneficios y demostrar a su entorno que son empresas socialmente responsables, es importante que se preocupen por realizarlo con calidad que cumpla con todo los aspectos que debe incluir un reporte y a su vez emitir información verídica y confiable.

#### **2.1.4 Clasificación de los Reportes Sociales**

Existen variados métodos y formas para procesar y exponer la información de tipo social, cada uno con sus ventajas así como sus desventajas. Su enfoque y contenido dependen de las necesidades informativas de la empresa y del medio, y varían según el marco jurídico-institucional y el sistema político-económico en que la empresa se desarrolla.

Fernández, Geba, Montes y Schaposnik (2005) señalan que los modelos de balance social se pueden clasificar según distintos criterios:

**a) Según el destinatario**

- ✦ **Balances sociales internos:** aportan información a los directivos y a los trabajadores de la empresa (agentes sociales internos). Los balances sociales exclusivamente internos brindan información más específica y analítica.
- ✦ **Balances sociales externos:** están dirigidos a los interlocutores sociales externos como la comunidad, el estado, los medios de información, los clientes, etc. Son ejemplos de este tipo los balances estadounidenses e ingleses.
- ✦ **Balances sociales mixtos:** se reconocen como destinatarios a ambos colectivos. Entre ellos pueden mencionarse algunas experiencias alemanas.

**b) Según su utilidad o finalidad**

- ✦ **Instrumentos de relaciones públicas:** tratan de lograr una mejor imagen de la empresa.
- ✦ **Instrumentos de información empresarial:** reúnen en un documento único las informaciones hacia los distintos colectivos sociales con los que la empresa se relaciona.
- ✦ **Instrumentos de gestión social integrada:** incluyen además las etapas de planificación y control.

**c) Según quiénes lo elaboran**

- ✦ **Balances sociales unilaterales:** la labor recae en un sólo agente social, generalmente los directivos de la empresa.
- ✦ **Balances sociales con participación parcial:** se incorporan otros agentes sociales en su elaboración, como los trabajadores o sus representantes.
- ✦ **Balances sociales multilaterales:** participa un número indeterminado de agentes sociales, que tendría como límite utópico a todos los que interactúan con la empresa.

**d) Según la obligatoriedad legal**

- ✦ **Balances sociales obligatorios por ley:** en países como Francia y Portugal se establece la obligatoriedad de emitir balances sociales para empresas que emplean un número determinado de trabajadores.
- ✦ **Balances sociales voluntarios:** su emisión es facultativa para la empresa.

**e) Según el sector al que pertenece el ente**

Se distinguen en balances sociales públicos y privados.

**f) Según la cantidad de unidades de medida empleadas.**

Se les llama unidimensionales o multidimensionales, algunas variables pueden traducirse en dinero, en horas trabajadas, en cantidades físicas, etc.

**g) Según la objetividad de sus mediciones**

Se los diferencia entre modelos cuantitativos o cualitativos; numéricos o no numéricos respectivamente.

Es importante que las empresas que emiten Reportes Sociales tengan identificado a que giro se dedica, a que sector pertenece, quien él es el encargado de elaborarlo, que finalidad tiene el reporte de la empresa entre otros aspectos más, y de esta manera la empresa pueda identificar sin ningún inconveniente a que clasificación pertenece.

### **2.1.5 Etapas del Reporte Social**

El reporte social es la etapa final de un proceso de Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo Sustentable, pero para poder llevar a cabo esto las empresas deben de realizar una serie de pasos que propone Acción RSE (2007) las cuales se explicaran a continuación:

## ✦ **ETAPA1: Plan y Estrategia de reporte**

### **Actividades**

- ✦ Asegurar el compromiso de la dirección superior
- ✦ Formar un equipo de reporte
- ✦ Hacer diagnóstico y análisis comparado y
- ✦ Establecer plan de trabajo

### **Decisiones**

- ✦ Objetivos del reporte
- ✦ Definiciones preliminares sobre alcance, contenido, ejecución y formato

El punto de partida del proceso de reporte, sobre todo cuando se hace por primera vez, es la obtención del respaldo del directorio y los ejecutivos de primera línea de la compañía. Para ello, es conveniente imaginar el producto final usando algún estándar o guía como referencia, y exponer los costos y beneficios específicos para la propia organización.

Lo segundo es conformar un equipo para la producción del reporte. Este grupo debe incluir representantes de las distintas áreas de la compañía (asuntos públicos, ambientales, recursos humanos, operaciones, marketing, finanzas, desarrollo de productos, etc.). En su primera reunión, el equipo de reporte debe conversar sobre sustentabilidad y lo que significa para la organización, para así compartir una visión sobre el tema y asegurar que es coherente con la estrategia de negocios.

**Las empresas que anteriormente no han emitido un Reporte Social deberán de realizar un diagnóstico con el objetivo de analizar los siguientes aspectos:**

- ✦ Grado de conexión entre la estrategia de RSE y la estrategia de negocios.
- ✦ Nivel de cumplimiento de requisitos legales relacionados con RSE.
- ✦ Disposición y compromiso del nivel superior de dirección con el principio de transparencia.

- ✦ Tipo de información disponible.
- ✦ Integración entre las actividades de responsabilidad social y comunicación corporativa.
- ✦ Existencia de estándares o parámetros específicos para la empresa.

### **Objetivos**

- ✦ Qué espera lograr la empresa con el Reporte Social
- ✦ Qué nivel de sofisticación quiere alcanzar (con quién se comparará).

### **Alcance**

- ✦ Qué pautas o estándar de reporte seguirá (puede ser más de uno).
- ✦ Qué grado de cobertura de temas espera alcanzar.
- ✦ Qué periodos serán presentados.
- ✦ Qué operaciones serán incluidas
- ✦ Señalar si se pedirá auditoría externa del reporte

### **Ejecución**

- ✦ También se deberá determinar si el proceso se realizará internamente, con asesoría externa, o se entregará completamente a terceros
- ✦ Con qué presupuesto cuenta la compañía
- ✦ Qué sistemas de información se emplearán para extraer datos.
- ✦ Si se publicará al mismo tiempo que los reportes financieros anuales o en otra oportunidad.

### **Contenido**

- ✦ Qué indicadores son relevantes para la organización y sus stakeholders
- ✦ Establecer si se presentará estudio de casos
- ✦ La empresa podrá agregar informes o elementos complementarios

## **Estructura y Formato**

La empresa debe de determinar los siguientes aspectos:

- ✦ Si seguirá una pauta de contenidos establecida o adoptará una propia
- ✦ De qué forma será presentado el reporte si será de manera impresa, distribuido en pdf o en una versión multimedia
- ✦ Señalar porque canal se difundirá el reporte si por Internet o se enviará por correo electrónico
- ✦ Si tendrá una versión de síntesis adicional al reporte completo y o si se realizará una versión en otro idioma.

## **Plan de Trabajo**

La generación de un reporte emplea normalmente entre 4 y 6 meses, desde la elaboración de la estrategia hasta la publicación del documento.

### ***✦ ETAPA 2: Contacto con Grupos de Interés***

## **Actividades**

- ✦ Identificar a los grupos de interés
- ✦ Clasificarlos y otorgarles orden de prioridad
- ✦ Dialogar con los grupos de interés
- ✦ Comprender expectativas e intereses razonables

## **Decisiones**

- ✦ Temas relevantes para los grupos de interés que deben ser incluidos en el reporte.

Las expectativas e intereses razonables de los grupos de interés son claves en la toma de decisiones sobre alcance, cobertura, aplicación de indicadores y enfoques de verificación del reporte. Por esto, la organización debe identificar a sus grupos de interés y describir en su informe cómo ha dado respuesta a estas expectativas e intereses razonables.

## **Criterios para identificar a los grupos de interés (stakeholders)**

La identificación de stakeholders puede realizarse en distintas dimensiones:

- ✦ **Por responsabilidad:** personas con las que tiene o tendrá responsabilidades legales, financieras y operativas según reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes.
- ✦ **Por influencia:** personas que tienen o tendrán posibilidad de influenciar la capacidad de la organización para alcanzar sus metas, mediante acciones que puedan impulsar o impedir su desempeño. Se trata de personas con influencia informal o con poder de decisión formal.
- ✦ **Por cercanía:** personas con las cuales interactúa la organización, incluyendo stakeholders internos o con relaciones de larga duración con la organización, o aquellos de los que la organización depende en sus operaciones cotidianas y los que viven cerca de las plantas de producción.
- ✦ **Por dependencia:** se trata de las personas que más dependen de su organización, como por ejemplo, los empleados y sus familias, los clientes cuya seguridad, sustento, salud o bienestar depende de sus productos, o los proveedores para quienes la compañía es un cliente importante.
- ✦ **Por representación:** personas que a través de estructuras regulatorias o culturales representan a otras personas. Por ejemplo, líderes de las comunidades locales, representantes sindicales, consejeros, representantes de organizaciones gremiales, etc.

## **Clasificación de Stakeholders**

El Global Reporting Initiative (GRI) es una institución independiente en la que participan diversas partes interesadas o grupos de interés y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, un informe

contable opcional sobre sostenibilidad. La cual recomienda otorgar prioridades a los grupos de interés para facilitar las actividades de consulta y comunicación con ellos.

Los pasos sugeridos son:

- ✦ Listar a potenciales grupos de interés, incluyendo a todos quienes son afectados por las operaciones actuales y a quienes podrían serlo en el futuro, dependiendo de los proyectos o metas que tenga la compañía.
- ✦ Segmentarlos según sean afectados directamente o indirectamente.
- ✦ Ordenarlos por prioridad considerando su grado de influencia sobre la organización, y si podrían tener influencia o ser influenciados significativamente en el futuro, en las áreas ambiental, social y económica.

### **Diálogo con los grupos de interés**

Esta actividad es la más permanente de las relacionadas con un reporte y, probablemente, la más importante de todas. Para establecer el diálogo, es necesario definir primero:

- ✦ Qué preguntar
- ✦ Cómo generar el contacto

Existen metodologías útiles para definir estos dos asuntos claves. Una de ellas es el Test de Materialidad o Prueba de Relevancia de cinco partes, de Accountability, diseñado a partir del estándar AA1000.

De acuerdo a este test de materialidad, los asuntos relevantes se pueden identificar con las siguientes pruebas:

1. Temas que produzcan impactos financieros directos a corto plazo.
2. Cuestiones en que la compañía ha acordado políticas de naturaleza estratégica, que suelen adoptar la forma de compromisos con stakeholders claves.
3. Temas que organizaciones similares consideran relevantes, es decir, normas basadas en organizaciones pares.

4. Temas que los stakeholders consideran tan importantes que pueden movilizarlos a la acción (ahora o en el futuro).
5. Temas que se consideren normas sociales (según indiquen la regulación, probables regulaciones futuras o normas y prácticas institucionalizadas).

### ✦ **ETAPA 3: Definición de Contenido**

#### **Actividades**

- ✦ Seleccionar los aspectos que serán considerados
- ✦ Hacer una lista de indicadores asociada a los aspectos seleccionados
- ✦ Confirmar que son relevantes para la organización y para sus grupos de interés
- ✦ Hacer una pauta de temas y datos que incluirá el reporte

#### **Decisiones**

- ✦ Contenido del reporte
- ✦ Alcance y cobertura

Los contenidos del reporte surgen en esta etapa del proceso, una vez que han sido detectados los temas relevantes mediante el diagnóstico inicial y el proceso de diálogo o consulta a los grupos de interés; el concepto de materialidad es el que determina cuáles de estos asuntos son los que deberá incluir finalmente el reporte.

La selección dependerá también de la disponibilidad de los datos, el costo de recopilarlos, la confidencialidad o fiabilidad de la información, la privacidad u otros asuntos legales. En ciertos casos será legítimo no revelar cierta información, pero agrega que deberá indicarse claramente qué indicadores se está omitiendo y explicar las razones.

#### ✦ **ETAPA 4: Obtención de datos**

##### **Actividades**

- ✦ Diseñar formularios para recopilación de datos
- ✦ Recabar información solicitada
- ✦ Revisar coherencia y precisión de los datos

##### **Decisiones**

- ✦ Validez de la información

La recopilación de datos requiere definir una metodología y estrategia. Generalmente, es necesario elaborar formularios que contienen una definición de los aspectos e indicadores, detalles del proceso de recopilación y campos para presentar la información complementados con datos publicados en reportes anteriores.

Existen principios que son necesarios tener en cuenta en esta etapa del proceso de reporte, sobre todo en el caso de los indicadores de desempeño. Algunos de estos son:

- ✦ **Informar sobre tendencias.** El reporte debe considerar al menos dos periodos anteriores al año que cubre la memoria, y objetivos futuros si se han establecido para el corto y mediano plazo.
- ✦ **Usar protocolos.** Estos acompañan los indicadores GRI y orientan acerca de cómo recopilar una información específica.
- ✦ **Usar sistemas métricos internacionales** generalmente aceptados y calcularlos utilizando factores de conversión estándares.
- ✦ **Utilizar el nivel de agregación de datos adecuado** (por ejemplo, por país o por planta). Para decidir, es necesario sopesar el esfuerzo requerido versus el valor de la información desagregada. (Desagregación innecesaria puede hacer difícil la comprensión).

## **Cómo seleccionar a un auditor externo**

Algunas recomendaciones sobre la verificación externa son las siguientes:

- ✦ Los verificadores externos sean personas o grupos con conocimientos demostrables tanto en la materia que es objeto de verificación como en prácticas de verificación.
- ✦ Que se haga de modo sistemático, documentado, basado en comprobaciones y que se caracterice por disponer de procedimientos definidos.
- ✦ Que el verificador externo valore si el reporte proporciona una imagen razonable y equilibrada del desempeño, teniendo en cuenta tanto la veracidad de los datos como la selección general del contenido.
- ✦ Que se recurra a grupos o personas que no se encuentren limitados para llevar a cabo la verificación, para poder lograr y publicar una conclusión del reporte imparcial e independiente, por su relación con la organización o con los grupos de interés.
- ✦ Que evalúe en qué medida los encargados de la preparación del reporte han aplicado el marco para la elaboración de memorias de GRI (incluidos los principios de elaboración de memorias) con el fin de alcanzar sus conclusiones.
- ✦ Que dé como resultado una opinión o un conjunto de conclusiones que estén disponibles para el público por escrito, así como una declaración por parte del verificador sobre su relación con el responsable de la elaboración del reporte.

### ✦ **ETAPA 5: Confirmación**

En forma creciente las organizaciones informantes están solicitando la verificación externa de la calidad de los contenidos de sus informes a consultoras especializadas. Estas últimas comprueban que cumplen con los principios y guías que han declarado seguir y, usualmente, aplican algún estándar específico orientado a asegurar la credibilidad del reporte.

### ✦ **ETAPA 6: Publicación**

#### **Actividades**

- ✦ Evaluar medios de publicación
- ✦ Redactar y editar contenidos
- ✦ Difundir el reporte

#### **Decisiones**

- ✦ Medio de publicación

Los medios de publicación más recomendados son los impresos y multimedia en CD o sitio web. Generalmente se utilizan ambos, y algunas compañías agregan una opción combinada que considera un cd con una versión completa en pdf unido a una síntesis en forma de catálogo. Esto último, facilita la distribución y permite editar un mayor número de ejemplares.

### ✦ **ETAPA 7: Retroalimentación**

#### **Actividades**

- ✦ Diseñar formulario para solicitar retroalimentación
- ✦ Evaluación interna del proceso de reporte.

## **Decisiones**

- ✦ Aspectos por mejorar en el siguiente ciclo de reporte

El proceso de reportes es continuo; por lo tanto, no finaliza con su publicación, la retroalimentación que entreguen los lectores será el input del ciclo siguiente. Recibir comentarios no es fácil. Teniendo en cuenta esto, es importante el diseño de un buen sistema de solicitud de opiniones de los grupos de interés que reciban el reporte.

Una de las formas empleadas es la inclusión en el mismo reporte de un formulario que los lectores puedan remitir por correo o por e-mail. Otra forma es incluir opciones dentro del sitio web para recibir estos comentarios según nos señala (Acción RSE, 2007).

### **2.1.6 La importancia de elaborar un Reporte Social**

La tendencia creciente en la publicación de reportes sociales se explica en gran parte por el contexto global de negocios y por los beneficios que otorga, según Acción RSE (2007) considera que realizar un Reporte Social es de suma importancia por los siguientes motivos:

#### **Es un imperativo**

- ✦ Cada vez más, los analistas de mercado, inversionistas y organismos financieros incluyen al reporte social entre los documentos necesarios para la evaluación del valor de una compañía.
- ✦ Una amplia variedad de organizaciones está presionando a las empresas a dar a conocer su desempeño en temas sociales y ambientales.
- ✦ La conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de negocios de las empresas que desean competir en un escenario global.

## **Es rentable**

- ✦ El Reporte Social es parte de la puesta en práctica de la Responsabilidad Social Empresarial; una visión de negocios que genera valor económico.
- ✦ La comunicación fortalece los puentes de confianza entre la empresa y sus grupos de interés, reduce los riesgos de conflicto y por tanto, puede evitar los costos de una eventual crisis.
- ✦ Ayuda a mejorar la competitividad de una compañía al transformarse en un elemento de diferenciación con respecto a empresas que no reportan.
- ✦ La elaboración del reporte ayuda a crear lealtad y respaldo en los empleados, construir confianza en los clientes y generar colaboración con los proveedores.

Como se pudo observar anteriormente la importancia de elaborar un Reporte Social es que este le permite a la empresa el cubrir las necesidades que hoy en día exige el entorno como son: el dar a conocer todas las acciones sociales que realiza la empresa por su comunidad, es necesario que una empresa actúe con ética, que fortalezca su relación con su grupo de interés, entre otros más. Por lo cual estos aspectos ayudan a mejorar a las empresas tanto interna como externamente, por estos motivos es de suma importancia que una empresa se preocupe por elaborar y emitir un Reporte Social.

### **2.1.7 Beneficios de reportar para una empresa**

Las empresas que realizan Reportes Sociales obtienen diferentes beneficios según nos señala Acción Empresarial (2002) las cuales son las siguientes:

- ✦ **Agrega valor:** un balance social hace una diferencia en la imagen de la empresa dado que es un instrumento cada vez más valorado por los inversionistas y consumidores en el mundo.
- ✦ **Aumenta el atractivo de cara a los inversionistas:** el balance social es un instrumento de validación que los analistas de mercado, inversionistas y

organismos financieros incluyen en su lista de documentos necesarios para respaldar la sustentabilidad de los proyectos de una empresa.

- ◆ **Mejora las relaciones con los grupos de interés:** la empresa que realiza este esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés (stakeholders). El balance social actúa como complemento de balance financiero-contable, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos.
  
- ◆ **Disminuye el riesgo de publicidad adversa:** las empresas que dan cuenta de sus acciones, están mejor preparadas para guiar los intereses de sus consumidores y de otros interesados, de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa.
  
- ◆ **Identificación de potenciales conflictos:** el esfuerzo por compilar toda la información requerida en un reporte social puede ayudar a identificar prácticas o situaciones que pudiesen comprometer a la compañía.  
Esta pronta detección de conflictos latentes, da la oportunidad a la empresa de resolver el problema antes de que estos terminen en costosas demandas legales o en una negativa exposición pública.
  
- ◆ **Mejora la efectividad organizacional:** el balance social es un instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos escenarios.
  
- ◆ **Respuesta a la creciente demanda de transparencia:** más allá de los accionistas, en el mundo de hoy existe una amplia variedad de grupos (activistas, medios de comunicación, organismos internacionales, etc.) nacionales e internacionales, que están presionando a las empresas para dar a conocer su desempeño en temas sociales y medioambientales.

Para una empresa son muchos los beneficios que obtiene al desarrollar reportes sociales ya que este ayuda a mejorar diferentes aspectos de la misma tanto social, económico, ambiental por lo tanto esto representa la importancia de emitir un reporte.

### **2.1.8 Normas que regulan los Reportes Sociales:**

Existen distintas normas que miden el desempeño de los Reportes Sociales, Ramírez (2008) nos menciona algunas principales:

- ✓ **AA1000:** AccountAbility 1000 es una norma de procedimiento que busca la rendición de cuentas, evaluación y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de las organizaciones empresariales. Explora aspectos de planificación, contabilidad, auditoría y difusión. Enfatiza la necesidad de llevar a cabo ciertos procesos más que el movimiento de indicadores.
- ✓ **SA8000:** Esta norma fue creada en 1997 por Social Accountability International (SAI), para auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa. Se aplica a todo tipo de empresas que buscan demostrar a todos los públicos vinculados con la organización su interés por el bienestar de los empleados y comunidad. Esta norma fue creada considerando el ISO 9001 y el ISO 14001. Tiene mayor presencia en Europa.
- ✓ **OHSAS18001:** La norma OHSAS tiene sus fundamentos en una norma británica llamada British Standard - BS 8800. Se enfoca en la creación de un sistema de prevención de riesgos laborales; busca eliminar o reducir al máximo los riesgos del personal y de otras partes interesadas que puedan estar expuestas a riesgos de salud y seguridad industrial.
- ✓ **Global Reporting Initiative (GRI):** Iniciativa fundada en 1999 por el Programa de Naciones Unidas. Busca desarrollar y difundir la necesidad de generar Reportes de Sustentabilidad. Da unas líneas de acción general que cualquier

empresa pueda adoptar; son 54 indicadores centrales y están organizados en tres áreas: ambiental, financiera y social.

- ✓ **ISO 9000:** De la familia de los ISO, la serie 9000 es un conjunto de normas sobre Estandarización de Procesos y Aseguramiento de la Calidad. Se desarrolló fundamentalmente para ayudar a las empresas a tener procesos robustos y sólidos en sus Sistemas de Calidad, los estándares no son específicos para ninguna industria, producto o servicio y se pueden aplicar en cualquier tipo de organización (empresa de producción, empresa de servicios, administración pública).
- ✓ **ISO 14000:** Lanzada en 1996, la familia 14000 es estrictamente para temas ambientales. La intención de esta familia de normas es brindar apoyo a las empresas en la homogenización de procedimientos en temas ambientales; prevención de la contaminación, mejoramiento continuo y cumplimiento con marcos normativos en material ambiental del país donde se opera.
- ✓ **ISO 26000:** ISO desarrollar un estándar internacional que proporcione lineamientos para la responsabilidad social. Estas orientaciones serán publicadas en 2008. Lo innovador del proceso es que incorpora un grupo de trabajo de participación multi-stakeholders.
- ✓ **Pacto Global:** Iniciativa lanzada en 1999 con la intención de que los países adopten como parte integral de sus operaciones (económicos, sociales, financieras y administrativas) 10 principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción (adherido en 2006). Esta norma busca principalmente crear una “ciudadanía corporativa global” que permita una conjunción de intereses empresariales y valores de la sociedad.

Es indispensable que toda empresa que emita un reporte cumpla con las normas que regulan a los Reportes Sociales ya que esto ayudará a que el reporte social sea más confiable para los grupos de interés.

### **2.1.9 Credibilidad de un Reporte Social**

Para que un Reporte Social pueda tener credibilidad este debe de cumplir con diferentes aspectos, y según Barcia (2011) considera los siguientes como los más relevantes que una empresa al elaborar y emitir un Reporte Social los debe de considerar:

- ✦ Información concreta, clara y estandarizada sobre el desempeño empresarial en las tres áreas.
- ✦ La mención de fuentes de información y la metodología del proceso del reporte.
- ✦ La inclusión de información sobre el alcance de metas prefijadas y su estado actual.
- ✦ La comparación del desempeño económico, social y ambiental a lo largo del tiempo.
- ✦ La comunicación, tanto de los aciertos como de los desafíos y oportunidades de mejora.
- ✦ Un informe de verificación externa.

### **2.1.10 Consideraciones del Reporte Social**

La elaboración y divulgación de Balances Sociales es un proceso reciente y supone un esfuerzo adicional de aprendizaje y la disposición para compartir experiencias. Como una forma de facilitar su desarrollo y la participación entre las empresas, según Acción Empresarial (2002) recomienda a las empresas que deben de considerar algunos criterios cualitativos en la preparación del informe como se mencionan a continuación:

- a) **Relevancia:** Las temáticas e informaciones expuestas deben considerarse útiles por sus diferentes usuarios. Ello exige de la empresa un amplio conocimiento de las expectativas y necesidades de sus públicos objetivos.
- b) **Veracidad:** En la medida en que la información revele neutralidad y consistencia en su formulación y presentación, será considerada confiable.
- c) **Claridad:** Se debe tener en cuenta la variedad de públicos que utilizarán el informe, lo que exige claridad en su elaboración como una forma de facilitar su comprensión.
- d) **Comparabilidad:** Una de las expectativas de los lectores del informe es la posibilidad de compararlos datos presentados por la empresa con períodos anteriores y con los de otras organizaciones, lo que exige consistencia en la elección, medición y presentación de los indicadores.
- e) **Regularidad:** Para garantizar que los diferentes públicos puedan acompañar los resultados y tendencias de naturaleza económica, social y medioambiental de la empresa, el informe debe ser presentado en intervalos de tiempo regulares.
- f) **Verificabilidad:** A pesar de que no es una práctica exigida, la verificación y auditoría de las informaciones contenidas en el reporte contribuyen a su credibilidad.
- g) **Coherencia:** Los indicadores cuantitativos deben ser consecuentes con la información financiera principal de la empresa.

Como menciona Acción Empresarial es importante que toda empresa tome en cuenta los criterios que se mencionaron anteriormente ya que gracias a estos podrá tener mayor credibilidad el Reporte Social que emita una empresa.

### **2.2.11 Ventajas de los Reportes Sociales**

Según la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T, 2001) “el balance social por si solo no podrá conseguir transformar una empresa, pero si es aplicado en un ambiente favorable será un elemento de enorme utilidad. Su práctica facilita el desarrollo de una política social voluntaria y no impositiva, ya que es una herramienta

fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida”.

- ✦ Brinda información detallada a la alta dirección para la toma de decisiones en la fijación de políticas y estrategias sociales.
- ✦ Permite racionalizar los recursos con que cuenta la empresa evaluando la efectividad de los mismos.
- ✦ Brinda un mayor conocimiento de las características socio-laborales del personal y la contribución de la empresa al desarrollo integral del hombre.
- ✦ El balance social es un instrumento que facilita la fijación de políticas sociales a nivel de la empresa y sectorial.
- ✦ Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas.
- ✦ El balance social muestra la contribución de la empresa al desarrollo humano del país.

Una vez analizado los puntos relacionados con los Reportes Sociales, se puede observar que el contenido de estos reportes está relacionado directamente con la Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, por ende se explicara estos temas con el objetivo de comprender mejor los temas involucrados en los Reportes Sociales.

## 2.2 Responsabilidad Social Empresarial

A continuación se mencionaran algunas definiciones de Responsabilidad Social:

Soro (2011) define la responsabilidad social como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones públicas y privadas y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

El libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) define la RSC como "integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. De forma amplia es definida como un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.

Cajiga (2006) del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) define la Responsabilidad Social Empresarial como "el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las comunidades y el medio ambiente, y para la construcción del bien común" Una vez entendido cada uno de los conceptos anteriores se puede comprender lo siguiente:

La *responsabilidad* es la "obligación de responder ante hechos o situaciones", la *responsabilidad social* es la "obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico". Entonces la *responsabilidad social empresarial* es la capacidad de entender y dar respuestas al conjunto de solicitudes que los diversos grupos que constituyen el entorno hacen a la empresa.

### 2.2.1 Características de Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social Empresarial presenta distintas características según Córdoba (2007) como son las siguientes:

- ✦ El objetivo de la RSE es asegurar la continuidad a largo plazo de la empresa.
- ✦ El factor de la sostenibilidad está completamente integrado dentro de la estrategia y la gestión empresarial.
- ✦ Es un enfoque triple y equilibrado en aspectos económicos, ambientales y sociales de la empresa.
- ✦ Es una actitud proactiva y voluntaria hacia mejoras en estas áreas.
- ✦ Es un proceso continuo.
- ✦ Se presta mucha atención a la interacción con los partes interesadas de la organización
- ✦ Se da énfasis en la comunicación interna y externa de los resultados obtenidos.

### 2.2.2 Tipos de Responsabilidades

Según Carroll (1991) Las responsabilidades sociales pueden ser catalogadas más específicamente en sus diferentes niveles mediante una pirámide de la responsabilidad social:

- ✦ **Responsabilidad voluntaria:** es el comportamiento adicional y actividades que la sociedad halla deseables y que dictan los valores de las empresas. Algunos incluyen el apoyo a proyectos comunitarios y contribuciones caritativas.

- ✦ **Responsabilidad económica:** generar beneficios y ser rentable. Es la base sobre la que se cimentan el resto de las responsabilidades. Constituye la base de su existencia. Sin ella no tiene sentido la producción y generación de productos o servicios que la sociedad precise.
- ✦ **Responsabilidad legal:** cumplir la ley y las reglamentaciones establecidas. En otras palabras, una clara exigencia de cumplir la legalidad con rigor.
- ✦ **Responsabilidad ética:** ser justo, la obligación de hacer lo que está bien y es justo, el evitar el daño. No sirven atajos ilegales ni faltos de ética. Conllevan el cumplimiento de expectativas sociales no contempladas en la ley.

### 2.2.3 Ventajas de la Responsabilidad Social

La Junta de Galicia (1981) menciona que podemos distinguir otro tipo de ventajas como son de carácter interno, derivadas de la dimensión interna de RSE, y las ventajas de carácter externo, asociadas a la dimensión externa:

#### **Ventajas internas:**

- ✦ Fidelidad del personal a la empresa.
- ✦ Mejora de la motivación y de la productividad en el trabajo.
- ✦ Aumento de la calificación y capacidades de los empleados
- ✦ Mayor implicación del personal en la gestión empresarial.
- ✦ Diferenciación frente a la competencia e incremento de los ingresos.

#### **Ventajas externas:**

- ✦ Mejora de la imagen y reputación.
- ✦ Mayores puntuaciones en contratos con las administraciones públicas.
- ✦ Obtención de subvenciones o ayudas y reconocimientos oficiales.
- ✦ Mayor facilidad para cumplir con la normativa vigente.
- ✦ Fortalecimiento del tejido económico y social local.

La Responsabilidad Social en las empresas están sumamente relacionada con el Desarrollo Sustentable que como se mencionó anteriormente son los temas a evaluar en un Reporte Social, a continuación se explicara a cerca del Desarrollo Sustentable para lograr una mejor comprensión del tema.

### **2.3 Desarrollo Sustentable**

A continuación se mostrarán algunas de las principales definiciones de Desarrollo Sustentable de los siguientes autores:

Ramírez, Sánchez y García (2004). Dicen que el concepto de desarrollo sustentable, tal como se difunde actualmente, puede ubicarse en 1983, cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) creó la Comisión Sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, presidida por *Gro Harlem Brundtland*, quien fue el primer ministro de Noruega. El equipo de trabajo, también denominado Comisión *Brundtland*, efectuó estudios, disertaciones, análisis, debates y consultas públicas, por todo el mundo, durante tres años aproximadamente, finalizando en abril de 1987, con la publicación y divulgación del informe llamado Nuestro Futuro Común mejor conocido como El Informe *Brundtland*. En este documento se señala con claridad que la sociedad debe modificar su estilo y hábitos de vida, si no se quiere que la crisis social y la degradación de la naturaleza se extiendan de manera irreversible.

El concepto de desarrollo que procura integrar y asociar las dimensiones económica y social con la dimensión ecológica, surge al final de los años sesenta, como resultado de la conciencia de los crecientes problemas ambientales y de los límites impuestos por la naturaleza a la explotación y crecimiento económico descontrolado. Esta preocupación por el medio ambiente se agrega a un debate mucho más antiguo y siempre actual referente a la forma excluyente y concentrada, social y espacialmente, de la acumulación del capital a nivel mundial (Cardozo y Faletto 1975).

Zavala (2012) el Desarrollo Sustentable: Es conservar los recursos naturales para desarrollarnos y desarrollarnos para conservar los recursos naturales. En el texto se hace mención a que la visión tradicional era que medio ambiente y desarrollo eran dos cuestiones antagónicas; pues se consideraba que el desarrollo implicaba necesariamente un deterioro en el ambiente, un agotamiento de los recursos y el desequilibrio natural. Sin embargo, el desarrollo sustentable defiende por el contrario que, el desarrollo económico debe ser posible bajo la premisa de la protección al medio ambiente.

La Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, establecida por las Naciones Unidas en 1983, definieron el desarrollo sustentable como el "desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades".

### 2.3.1 Características

Según Benavides (2010) define las siguientes características del desarrollo sustentable:

- ✦ **Racional:** Es crítica, Analítica, Lógica.
- ✦ **Plural:** Abarca todo grupo social
- ✦ **Defiende los derechos:** Pueblos (Instituciones sociales, costumbres, territorios, creencias, saberes, prácticas)
- ✦ **Protege los recursos naturales:** Evita la degradación ambiental y la destrucción de los recursos.
- ✦ **Nueva cultura:** Que busca la interacción del ser humano con el medio ambiente de una forma responsable con principios éticos.
- ✦ **Global:** Abarca todo el universo
- ✦ **Procura el desarrollo:** Favorece el desarrollo económico de los pueblos utilizando la ciencia y la tecnología en beneficio del medio ambiente.

### **2.3.2 Importancia del Desarrollo Sustentable**

El desarrollo sustentable es una nueva cultura que debe ser adoptada por todos los ciudadanos, la cual consiste en la no degradación de los recursos naturales y un desarrollo económico justo y equitativo mediante la utilización de la ciencia y la tecnología en una forma responsable, donde todos los elementos que conforman el universo sean respetados aplicando los valores universales de equidad, justicia y libertad.

La importancia del desarrollo sustentable radica en un hecho no menor: la suposición de que la Humanidad no tiene que resignar su actual calidad de vida o modernidad para cuidar y mantener el medio ambiente. Así, el desarrollo sustentable resulta deslumbrante y práctico ya que no sólo representa ideas de protección a la naturaleza y a todo aquello que nos rodea si no un modo de llevar a cabo estas prácticas conscientes y responsables en pos del beneficio también de la Humanidad.

### **2.3.3 Tipos de Sostenibilidad**

Ramírez y Sánchez (2009) afirman que existen diferentes tipos de sustentabilidad como se mencionan a continuación:

#### **✦ Sostenibilidad medioambiental:**

En este sentido el desarrollo sustentable debe buscar la restauración ambiental, por lo que se debe implementar el ordenamiento ecológico como estrategia para ordenar las actividades económicas de la ciudad, así como el uso racional del territorio, hacer congruente la vocación territorial con las actividades productivas y las construcciones de la ciudad, las diferentes intervenciones y funciones que se prevén para un territorio determinado y el desarrollo socioeconómico equilibrado entre regiones.

#### **✦ Sostenibilidad económica:**

El desarrollo sustentable en este aspecto debe ser económicamente viable, significa que no deberá comprometer más recursos que los estrictamente necesarios en los proyectos de desarrollo y a la vez éstos deben aportar una ventaja económica a la

ciudad y sus habitantes, donde evidentemente se incluye la generación de empleos y elevar la competitividad, con la intención de ir generando la equidad económica entre la sociedad.

✦ **Sostenibilidad social:**

Un proyecto sustentable debe contemplar al bienestar de la sociedad, por ello se debe exigir que cualquier proyecto que se quiera denominar sostenible, responda a las demandas sociales de su entorno, mejorando la calidad de vida de la población, y asegurando la participación ciudadana en el diseño del proyecto.

### 2.3.4 Ventajas del Desarrollo Sustentable

La comisión mundial sobre el medio y el desarrollo (1987) considera que las principales ventajas que se obtienen al llevar a cabo el Desarrollo Sustentable son las siguientes:

- ✦ **Reactivar el crecimiento:** Principalmente en los casos de los países en desarrollo, donde está la mayor parte de la pobreza del mundo, la satisfacción de las necesidades esenciales y el desarrollo sustentable exigen que haya crecimiento económico.
- ✦ **Atender a las necesidades humanas:** Esenciales de empleo, alimento, energía, saneamiento del agua son necesidades básicas cuya atención debe ser buscada con prioridad. El empleo se considera la más básica de todas las necesidades.
- ✦ **Conservar y mejorar la base de los recursos:** Más que un beneficio es señalado como una de las metas del desarrollo, también es comprendido Como una obligación moral de las generaciones presentes en relación a las próximas.
- ✦ **Reorientar la tecnología y gerenciar el riesgo:** La tecnología es considerada el elemento clave que llevará a la solución de la mayoría de los problemas expuestos debe ser reorientada en función de las exigencias del desarrollo sustentable, que requiere mayor atención a los factores ambientales.

Como se pudo observar anteriormente todas las empresas deben de tener todos los conocimientos necesarios sobre la Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable para poder ponerlos en práctica y de esta forma las empresas puedan llevar a cabo la publicación sobre las acciones sociales que realizan a través de los Reportes Sociales ya que hoy en día son de suma importancia y en la actualidad las empresas tienen que cumplir con ciertos estándares de calidad, todo esto con el fin de beneficiar a la sociedad y además beneficiarse a sí mismos ya que esto ayuda en gran medida a mejorar su calidad y ser una empresa de prestigio.

### **III. CAPÍTULO MÉTODO**

En este capítulo del trabajo se definen los procedimientos que fueron utilizados para la obtención de los resultados de la investigación, los sujetos que intervinieron directamente, así como el material y procedimiento para realizar el estudio descriptivo.

#### **3.1 Sujetos**

Para llevar a cabo esta investigación se seleccionaron 60 empresas las cuales se encuentran en diferentes zonas de Ciudad Obregón, de las cuales 90% son pequeñas empresas, el 3% son medianas y el 7% son grandes empresas que pertenecen principalmente al giro comercial siendo estas 25 empresas, 24 al sector de servicio, 2 empresas al sector agrícola, 3 al sector industria, una empresa pertenece al sector financiero, 3 empresas al sector de construcción y 3 se dedican a otros giros.

El estudio en mención se enfoca en el análisis de la percepción de los empresarios y/o gerentes de las empresas encuestadas respecto a Reportes Sociales, así como el conocimiento sobre los programas o actividades que estas empresas llevan a cabo para el beneficio de la comunidad y el medio ambiente.

### **3.2 Materiales**

Para recabar la información de cada una de las 60 empresas se formuló un instrumento el cual se dividió en dos secciones (Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable), con un total de 17 preguntas.

La primera sección corresponde al tema de Responsabilidad Social el cual está integrado por 13 preguntas de opción múltiple: siendo 5 de información general de las empresas y 8 preguntas fueron referentes al tema de Reportes Sociales.

El instrumento de Responsabilidad social se elaboró de acuerdo a los siguientes Autores: el primer instrumento de Responsabilidad Social que se consideró fue elaborado en el 2005 por el Dr. Berger, catedrático de la universidad de Buenos Aires Argentina, de este instrumento se consideraron 8 preguntas como base principal para realizar la encuesta.

Otro documento que se utilizó para la elaboración del instrumento es el de la conferencia internacional respecto al tema de “Responsabilidad Social, la otra cara de la competitividad” en Santiago en el año 2003, donde se analizaron las preguntas más importantes captando 3 preguntas de este documento.

Así como también se analizó el Diagnóstico y Creación de un Modelo de Gestión basado en Responsabilidad Social Empresarial aplicado a la empresa Marval S.A. fue elaborado en el 2009, por Rincón y Díaz en la Universidad del Rosario, de las cuales se tomaron un total de 2 preguntas.

Por otra parte la segunda sección de Desarrollo Sustentable está conformada por 4 pregunta relacionadas con los Reportes Sociales, estos instrumentos fueron dirigidos a niveles Jefes de división, gerencia o propietarios.

Para la elaboración del instrumento de Desarrollo sustentable se realizó en base al siguiente autor Cárdenas Dosal, S.C. de la firma mexicana miembro de KPMG International realizó un estudio titulado Desarrollo Sustentable en México 2009.

Las empresas participantes respondieron estos instrumentos en un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos, todo esto con el objetivo de identificar la situación actual respecto a la temática de Reportes Sociales en empresas de Cd. Obregón, Sonora.

### **3.3 Procedimiento**

- 1) Investigación documental del tema de Reportes Sociales aplicado a Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable.
- 2) Identificación y selección de empresas a participar en el proyecto.
- 3) Elaboración del instrumento de diagnóstico a través de la investigación documental en relación a encuestas aplicadas a empresas.
- 4) Invitación a empresarios para sensibilización del tema de Reportes Sociales.
- 5) Aplicación de instrumento de diagnóstico.
- 6) Análisis de la información.
- 7) Entrega de resultados a los empresarios.

## **IV. CAPÍTULO**

### **RESULTADOS Y DISCUSIONES**

En el presente capítulo, se muestra de una manera detallada los hallazgos obtenidos en la investigación respecto a Reportes sociales, realizada a las 60 empresas que se encuentran en diferentes zonas de Ciudad Obregón, de las cuales 90% son pequeñas empresas, el 3% son medianas y el 7% son grandes empresas que pertenecen principalmente al giro comercial siendo estas 25 empresas, 24 al sector de servicio, 2 empresas al sector agrícola, 3 al sector industria, una empresa pertenece al sector financiero, 3 empresas al sector de construcción y 3 se dedican a otros giros, así como también se analizarán las discusiones pertinentes por la interpretación de datos.

#### **4.1 Descripción del Procedimiento e Interpretación de Resultados**

A continuación se explicará detalladamente el procedimiento que se realizó para llevar a cabo la investigación, con el objetivo de identificar la situación actual de las empresas de Cd. Obregón respecto a la temática de Reportes Sociales:

**1) Investigación documental del tema de Reportes Sociales aplicado a Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable.**

Primeramente se hizo una investigación bibliográfica de diferentes autores sobre la temática de Reportes Sociales para conocer todo lo relacionado con este tema: en que consiste, como debe estructurarse, su clasificación, las etapas, que ventajas y desventajas brinda realizar reportes o balances sociales.

Posteriormente se llevó a cabo un análisis a cerca de la información de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable los puntos más relevantes, debido a que estos dos temas se encuentran relacionados con los reportes sociales.

**2) Identificación y selección de empresas a participar en el proyecto**

Se identificó las posibles empresas en Cd. Obregón, Sonora en donde se podría llevar a cabo la aplicación de los instrumentos, posteriormente se hizo una calendarización de las visitas a las empresas de acuerdo a la disponibilidad del personal para realizar la encuesta.

**3) Elaboración del instrumento de diagnóstico a través de la investigación documental en relación a encuestas aplicadas a empresas**

Una vez que se seleccionaron las posibles empresas que podrían participar en la aplicación de los instrumentos, se hizo una investigación a cerca de casos empíricos, encuestas, conferencias, en donde se realizaron investigaciones similares de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable enfocado a Reportes Sociales, con el objetivo de tener conocimientos y las bases para elaborar dicho instrumento.

**4) Invitación a empresarios para sensibilización del tema de Reportes Sociales**

Se redactó la carta de consentimiento informado para las empresas exponiendo el motivo por lo cual se pretendía visitarle y por medio del cual quedo establecido el argumento de la entrevista.

### 5) *Aplicación de instrumento de diagnóstico*

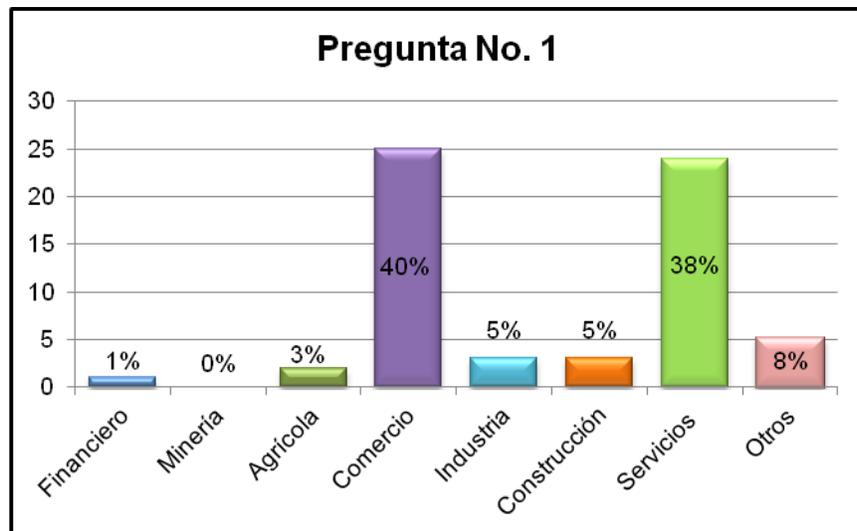
Una vez enviada la carta a cada una de las empresas, se prosiguió a la entrega personal de la encuesta al empresario correspondiente, ofreciendo los medios de comunicación suficientes para cualquier duda sobre alguno de los reactivos.

La duración promedio de respuesta de la encuesta es aproximadamente de 20 a 30 minutos, sin embargo, debido a las agendas de trabajo de los empresarios, la entrega del documento se extendió en algunas ocasiones hasta por 20 días.

### 6) *Análisis de la información*

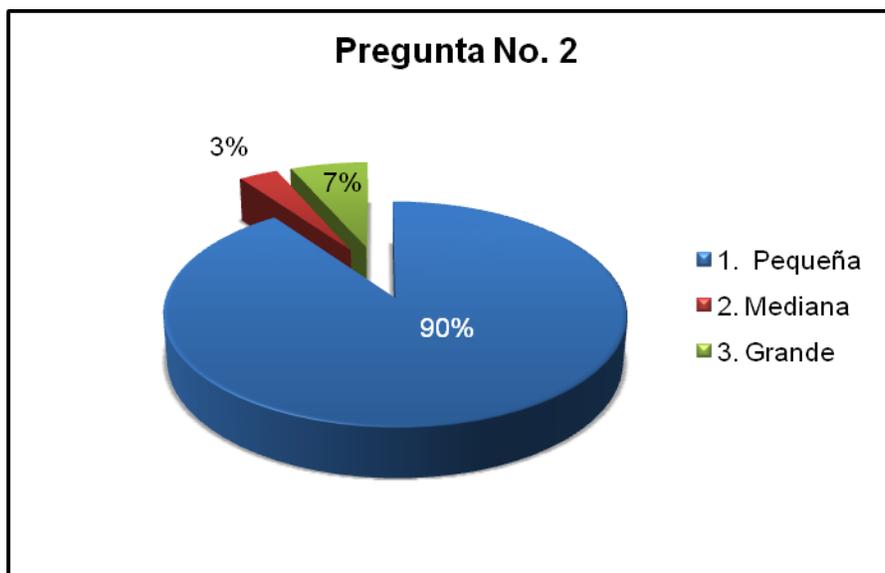
Obtención de los resultados para la elaboración de las gráficas, con sus debidas interpretaciones sobre los hallazgos recabados en el cuestionario.

#### ➤ **Sección 1: Responsabilidad Social**



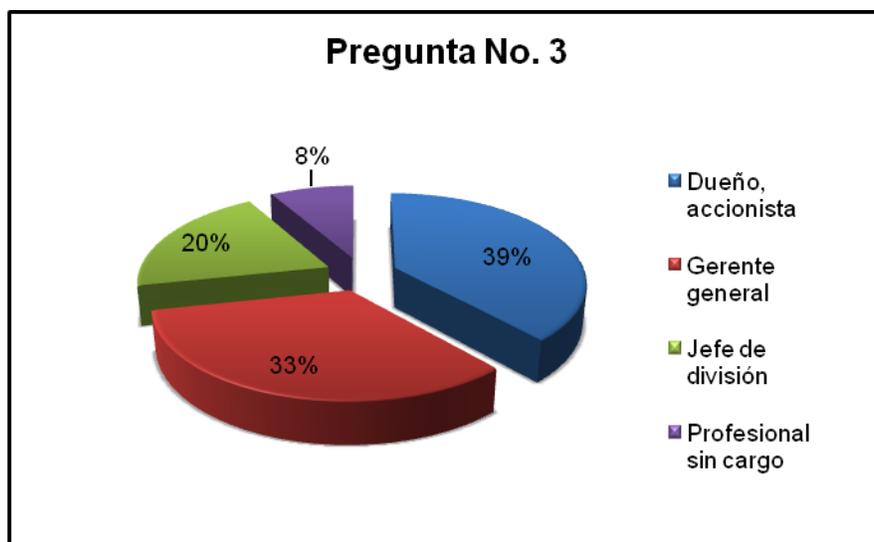
#### **Pregunta No. 1**

En un total de 60 empresas encuestadas el 40% pertenece al sector de comercio, el 38% al sector de servicios, el 8 % pertenecen a otro sector inespecífico, el 5% industria y el 5% restante a la construcción, el 1% sector financiero, el 3% Agrícola y el 0% pertenece a la minería.



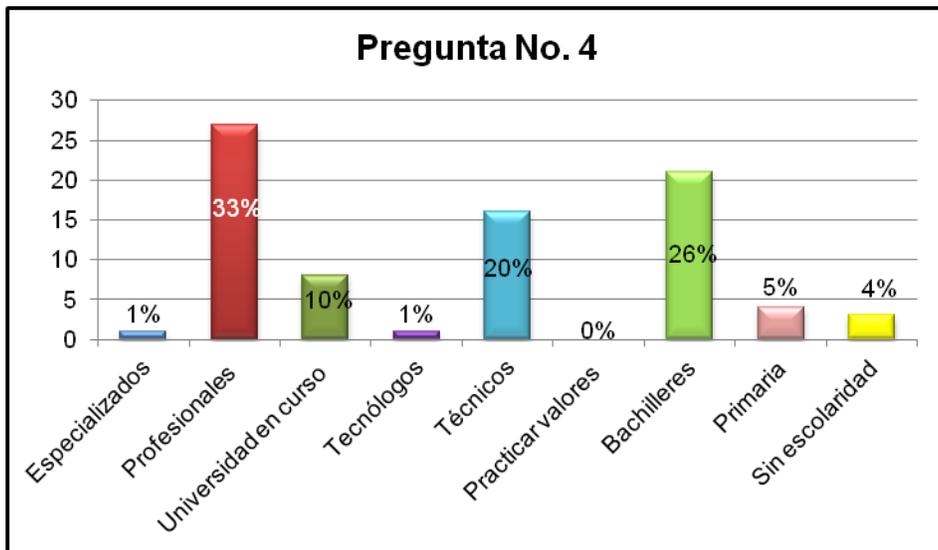
**Pregunta No. 2**

Un 90% de los entrevistados de empresas son pertenecientes a empresas pequeñas, el 3% son medianas y el 7% grandes empresas.



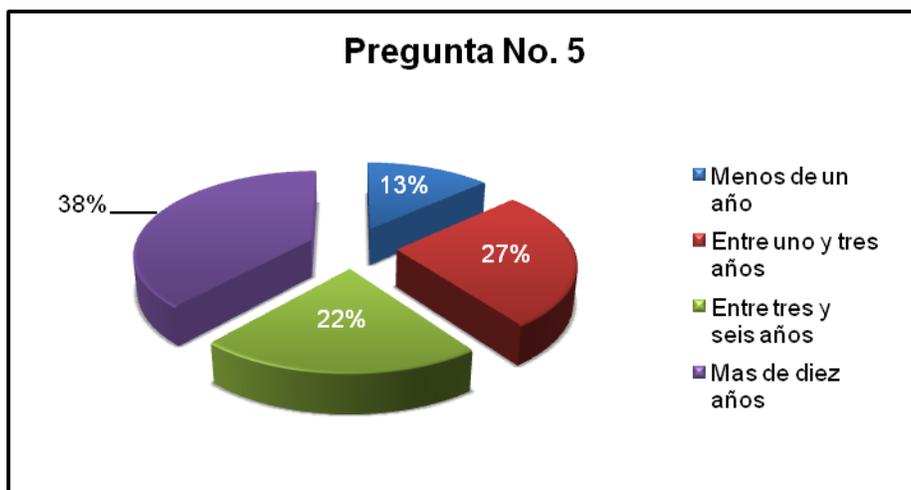
**Pregunta No. 3**

El 39% de las personas que respondieron el instrumento son los dueños del negocio, el 33% son los gerentes generales de las entidades o áreas, el 20% son jefes de división, grupo o supervisores y el 8% son profesionales sin cargo.



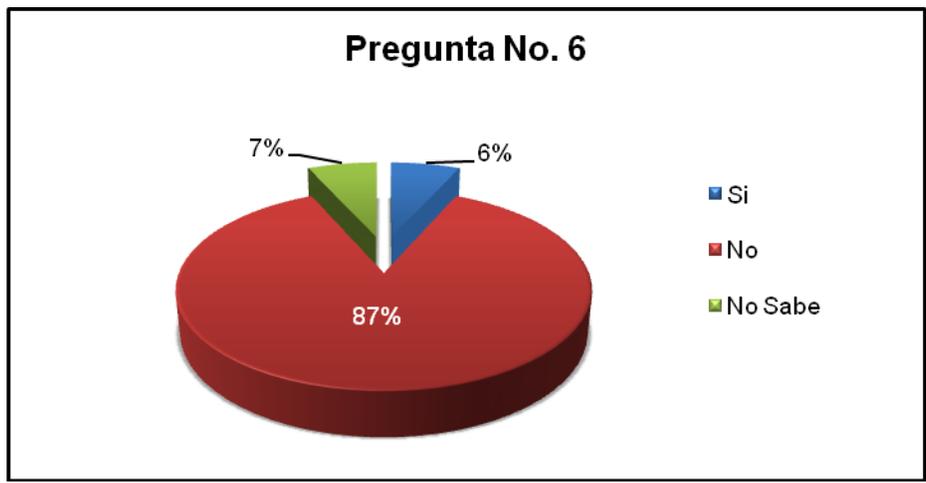
#### Pregunta No. 4

El grado de escolaridad de los empleados de las 60 empresas entrevistadas son el 33% son profesionales, 26% bachilleres, 20% técnicos, el 10% universitarios en curso, el 5% de primaria, el 4% sin escolaridad, el 1% tecnólogos y el 1 % restante especializados.



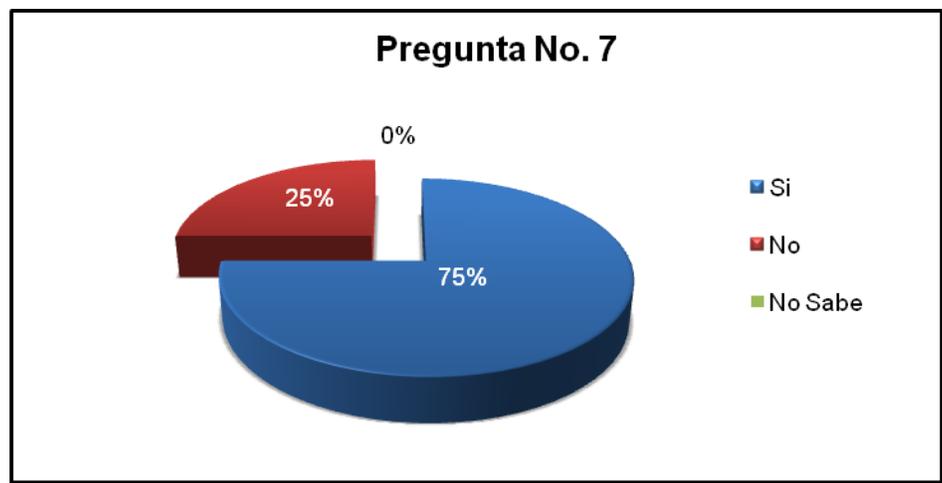
#### Pregunta No. 5

Un 38% de los encuestados de las empresas, tienen laborando más de diez años en la empresa, el 27% entre uno y tres años, el 22% entre tres y seis años y el 13% menos de un año.



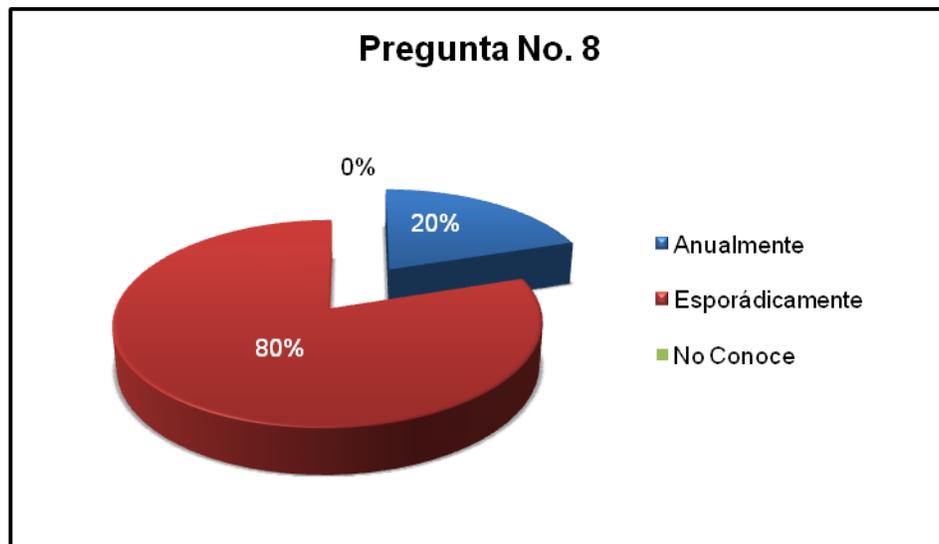
**Pregunta No. 6**

El 6% de las empresas pública información sobre sus acciones sociales, el 87% no lo hace debido a que en la localidad son empresas chicas y medianas, debido a eso no publican sobre las acciones sociales, y el 7% no sabe nada respecto al tema.



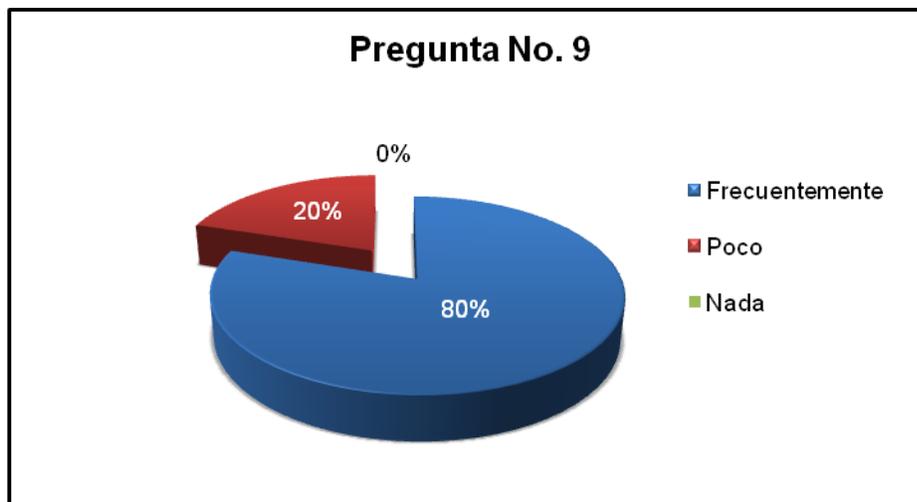
**Pregunta No. 7**

De las empresas que contestaron afirmativamente en la pregunta anterior, el 75% de las empresas si publican sus acciones sociales en un reporte social, el 25% no lo lleva a cabo.



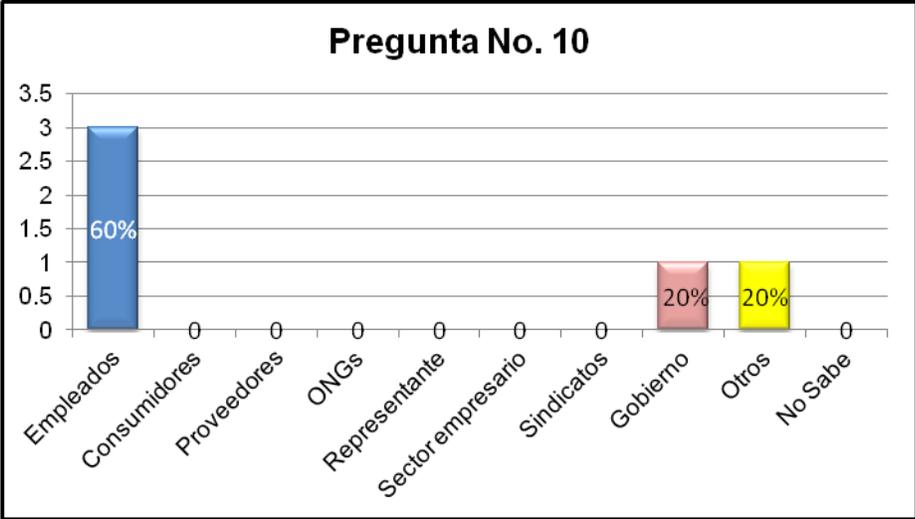
**Pregunta No. 8**

De las empresas que respondieron de manera afirmativa que si llevan a cabo la publicación de un reporte social en la pregunta n°7, el 20% de estas empresas llevan a cabo la publicación anualmente y el 80% lo hacen esporádicamente.



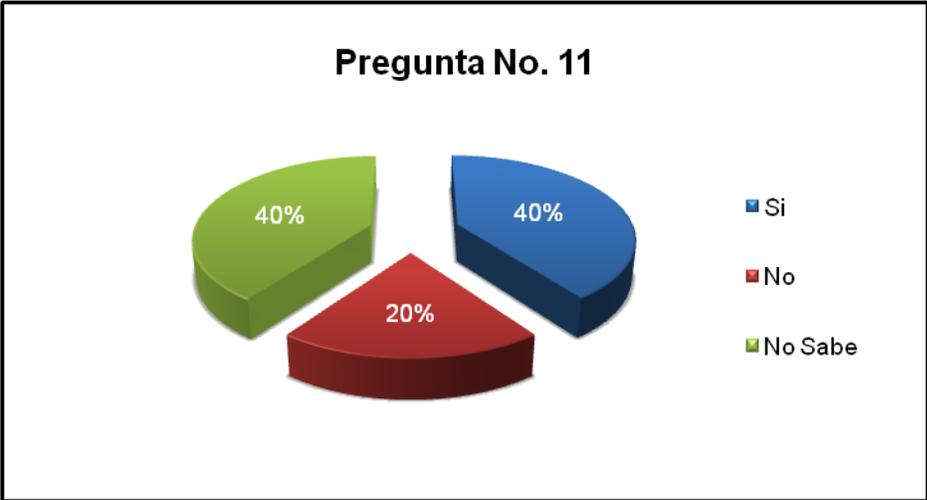
**Pregunta No. 9**

Respecto al grupo de empresas que respondieron de manera afirmativa la pregunta n°7, el 80% de ellas utilizan frecuentemente el balance social como herramienta de gestión estratégica y el 20% lo utiliza muy poco.



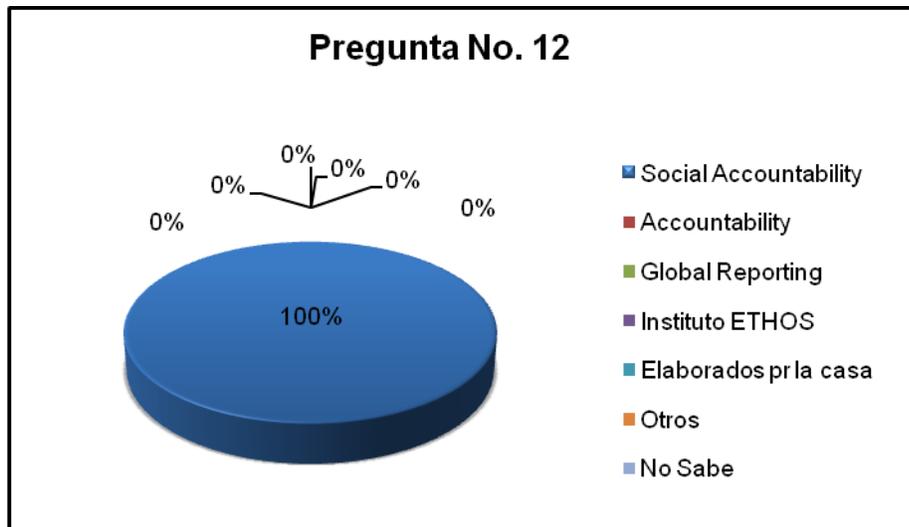
**Pregunta No. 10**

Referente a las empresas que si publican reportes sociales, en el 60% de ellas participan los empleados en la discusión del reporte social, mientras que el 20% participa el Gobierno y el 20% restante participan otros.



**Pregunta No. 11**

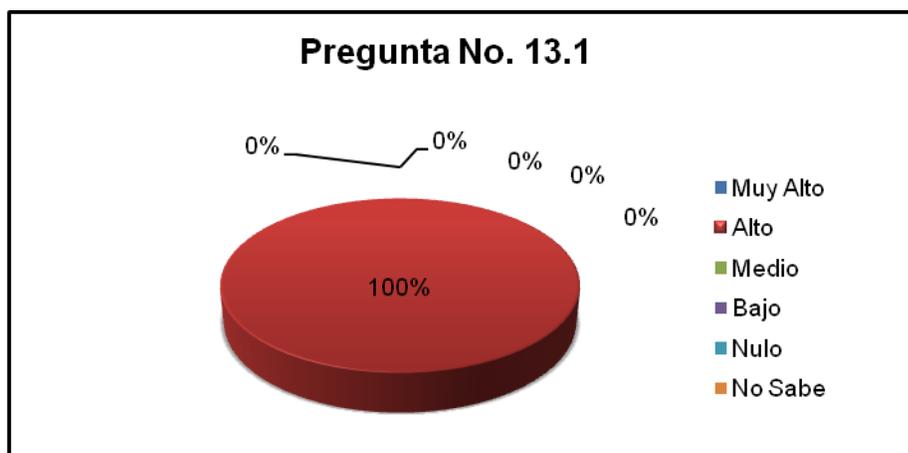
De las empresas que si llevan a cabo la publicación de un reporte social según la pregunta n°7, el 40% de ellas si utilizan estándares reconocidos, el 20% no lo utilizan y el 40% no sabe al respecto del tema.



**Pregunta No. 12**

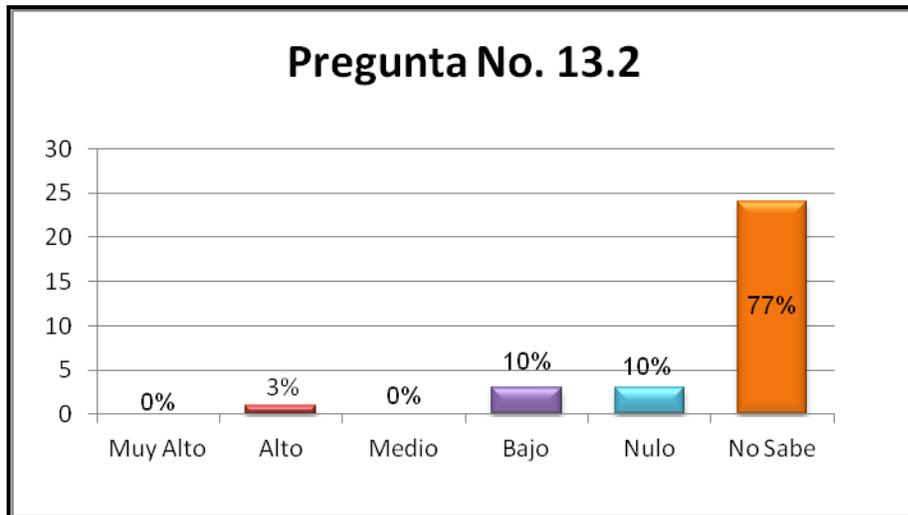
El 100% de las empresas de la región que emiten un reporte social, utilizan como estándar reconocido Social Accountability International, llamado (SA 8000).

A continuación se mostrará el grado de familiaridad que tienen las empresas respecto a las siguientes normas, herramientas y estándares vinculados a la RSE:



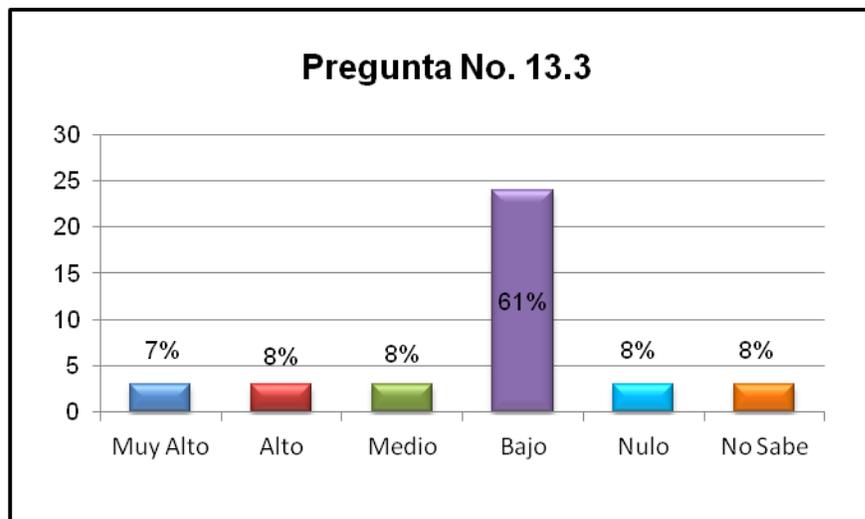
**Pregunta No. 13.1**

El 100% de las empresas de la región afirman tener un grado de familiaridad alto respecto a la herramienta de Social accountability International.



### Pregunta No. 13.2

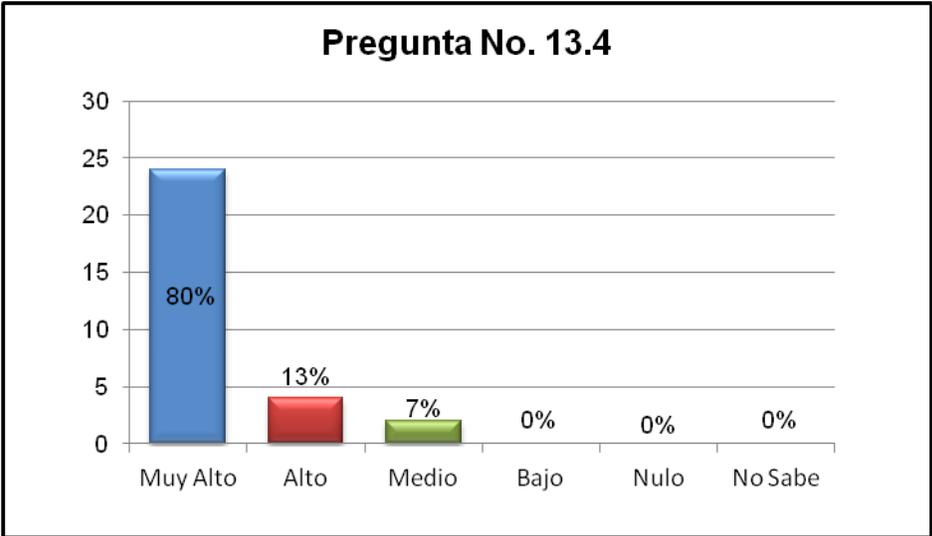
El 77% de las empresas no tienen ningún grado de familiaridad con Accountability (AA 1000), mientras que el 10% el grado de familiaridad es bajo de igual forma el 10% no tiene ningún grado de familiaridad, y el 3% tienen un nivel alto de familiaridad.



### Pregunta No.13.3

El 61% de las empresas afirman tener un grado de familiaridad bajo con los Indicadores del Instituto Ethos, El 8% dice tener un grado medio, de igual forma el

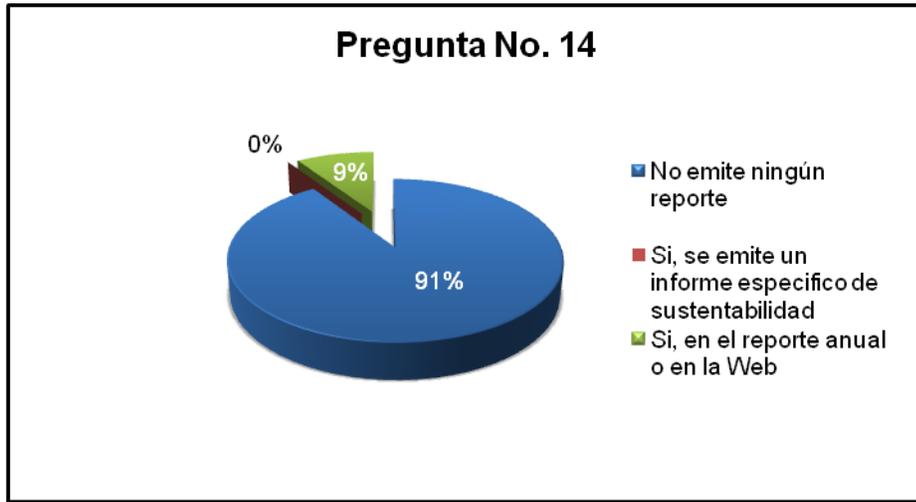
8% de las empresas tienen un grado de conocimiento alto, el 8% no tiene ningún grado de familiarización con estas normas, el 8% no conoce nada sobre el tema, por otro lado y finalmente el 7% tienen un grado de familiarización con esta norma.



**Pregunta No.13.4**

El 80% de las empresas dicen tener un grado de familiaridad muy alto con esta norma Pacto Global, el 13% de las empresas tiene un grado de familiaridad alto y el 7% tiene un grado medio de familiaridad.

➤ **Sección 2: Desarrollo Sustentable**



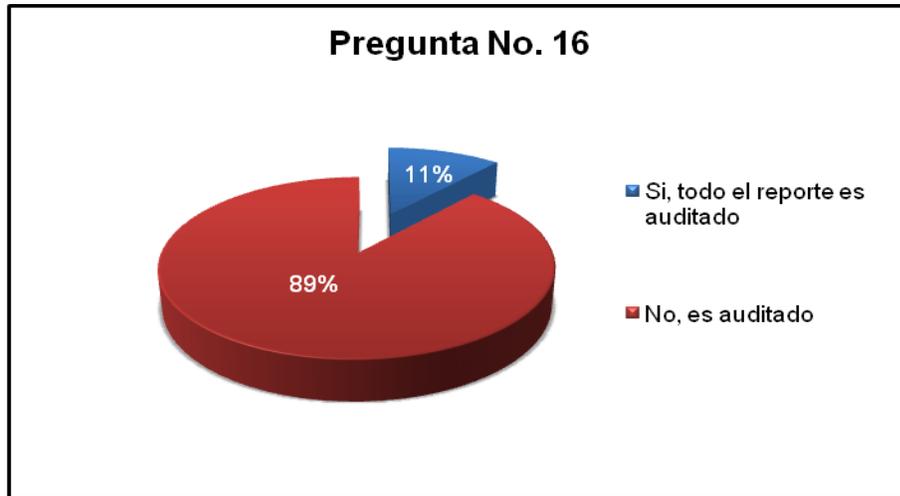
**Pregunta No.14**

El 91% de las empresas encuestadas opinan que en su empresa no emiten un reporte formal respecto a la temática de desarrollo sustentable y el 9% si lo emiten anualmente o en la Web.



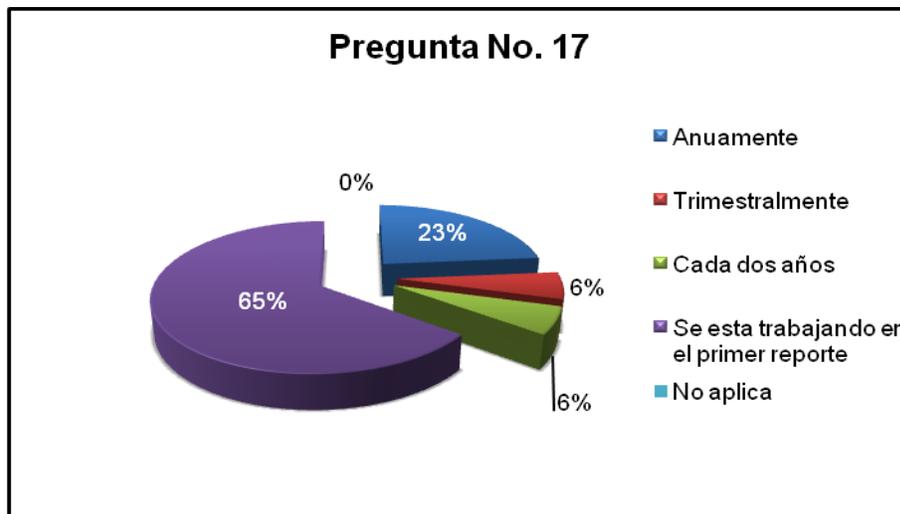
**Pregunta No. 15**

El 88% de las empresas encuestadas opinan que no se elabora el reporte social sobre las bases de los estándares internacionales, mientras que el 12% afirma que si elabora de acuerdo a los estándares.



**Pregunta No. 16**

El 89% de las personas encuestadas opinan que el reporte social que emite la empresa no es auditado por ningún organismo independiente y el 11% que si es auditado.



**Pregunta No.17**

El 65% de los encuestados opinan que se está trabajando en el primer reporte, el 23% opinan que emiten anualmente el reporte, el 6% lo publica trimestralmente y de igual manera un 6% de las empresas lleva a cabo la emisión del Reporte Social cada dos años.

## **V. CAPÍTULO**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se mostrarán las conclusiones que se obtuvieron al finalizar la investigación que tiene como objetivo identificar la situación actual respecto a la temática de Reportes Sociales en empresas de Cd. Obregón, Sonora, así como también las recomendaciones que se les sugieren a las empresas.

#### **5.1 Conclusiones**

Los resultados obtenidos en el capítulo anterior del presente trabajo son una fuerte base para realizar el análisis del estado actual de dichas empresas respecto a la temática de Reportes Sociales y de esta manera se obtuvo las siguientes conclusiones:

Durante el desarrollo de la investigación se trabajó con 60 empresas que se encuentran en diferentes zonas de Ciudad Obregón, de las cuales 90% son pequeñas empresas, el 3% son medianas y el 7% son grandes empresas, que pertenecen principalmente al giro comercial siendo estas 25 empresas, 24 al sector de servicio, 2 empresas al sector agrícola, 3 se dedican al sector industria, una empresa pertenece al sector financiero, 3 empresas al sector de construcción y 3 se dedican a otros giros.

También se pudo observar que la mayor parte de las personas que respondieron el instrumento son los dueños del negocio, gerentes generales, jefes de departamentos de las entidades por lo cual se considera que las respuestas fueron dadas con un nivel más objetivo, y una mejor percepción ya que tienen un poco de conocimiento o noción de en qué consisten los Reportes o Balances Sociales.

Del total de las 60 empresas encuestadas solo 3 empresas publican información acerca de sus acciones sociales, comunitarias y ambientales en un reporte social por lo tanto se llegó a la conclusión que las 57 empresas que no realizan los reportes sociales es debido a que desconocen la importancia y beneficios que podrían obtener al publicar los reportes sociales, así como también otro motivo que se analizó que esto es por consecuencia de la falta de conocimiento sobre esta temática, y a su vez por la escasez de interés por realizar este tipo de reportes ya que desconocen todos aquellos beneficios que pueden obtener al realizarlos.

De las empresas que afirmaron que publican reportes sociales no son constantes en la realización de dichos reportes debido a que lo hacen de manera esporádicamente sin un patrón de publicación, porque no conocen con exactitud que normas o requisitos deben cumplirse al presentar este tipo de reportes.

De igual manera al llevar a cabo esta investigación se concluyó que de las empresas que publican reportes sociales y que siguen un estándar internacional el más utilizado por estas empresas es el denominado "*Social Accountability Internacional*" (SA 8000).

Por otra parte se pudo concluir mediante los resultados obtenidos, que la mayor parte de las personas encuestadas opinan que el reporte social que publica la empresa no es auditado por ningún organismo independiente y solo una pequeña parte de las empresas lo llevan a cabo, por lo cual es importante que las empresas auditen sus reportes por un organismo calificado por que esto les ayudaría a las empresas a cumplir con todos los requisitos y estándares que se tiene que efectuar al emitir los reportes sociales.

## **5.2 Recomendaciones**

Una vez analizado los resultados obtenidos en el instrumento derivado de la investigación se puede recomendar lo siguiente:

Las empresas deben estar más interesadas en recibir capacitación a cerca del tema de Reportes Sociales y de esta forma puedan conocer en que consiste, como se llevan a cabo, los procedimientos, características, es decir; todos aquellos puntos relevantes sobre este tema y de esta forma puedan conocer los beneficios y ventajas que pueden obtener al realizar este tipo de reportes.

En donde la Universidad juega un papel muy importante ya que podría vincularse con estas empresas y poder ofrecerles capacitaciones por medio de conferencias, foros, cursos por vía internet y de esta manera obtener beneficios la universidad y al mismo tiempo dándoles la oportunidad a las empresas que mejoren respecto al conocimiento de este tema y así como también para los futuros empresarios que estén más capacitados y preparados respecto a los Reportes Sociales.

También se sugiere que las empresas se preocupen por asignar a un departamento o a un empleado que se haga a cargo y tenga la responsabilidad de elaborar y presentar los reportes sociales apegados a los estándares internacionales.

Por otra parte también se pudo observar durante el desarrollo de la investigación que algunas empresas se ven limitadas asistir a capacitaciones por falta de recursos financieros, por lo cual se recomienda que el gobierno así como brinda préstamos para el sector agrícola, ganadero, entre otros, también sería importante que ofreciera préstamos a todas aquellas empresas que estén interesadas en ser empresas socialmente responsable y por medio de estos recursos las empresas puedan lograr asistir a los cursos necesarios para estar preparadas para llevar a cabo las acciones sociales.

Otra recomendación hacia las empresas de la localidad que actualmente realizan la publicación de reportes sociales es que se asesoren con un organismo auditor calificado para que este los pueda ayudar a cumplir con todos aquellos requisitos y estándares necesarios para que el reporte social sea de mejor calidad y de esta manera su grupo de interés (clientes, inversionistas, empleados, entre otros) puedan obtener una mejor percepción de la empresa, y a su vez la empresa recibir un gran beneficio y así como también la sociedad, ya que al realizar la empresa acciones sociales contribuyen a mejorar la economía, el medio ambiente y el bienestar social.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

Acción empresarial (2002) “Reporte Social empresarial: guía práctica para el reporte social y medioambiental de las empresas”.

Acción RSE (2007) “Guía Práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad”. Consultado el día 07 de noviembre de 2012 en: [http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Guia\\_practica\\_para\\_la\\_elaboracion\\_de.pdf](http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Guia_practica_para_la_elaboracion_de.pdf)

Artaraz, M. (2002) “Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas”. Consultado el día 18 de Noviembre de 2012 en: <http://www.um.es/gtiweb/adrico/medioambiente/tresdimensiones.htm>

Barcia Maricruz (2011) “Reportes sociales, memoria y balance”. *El cronista Comercial*, Buenos Aires, Argentina. Consultado el día 02 de noviembre de 2012 en: <http://www.reportesocial.com/pdf/RSE-2011.pdf>

Buarque (1993). “CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE” Consultado el día 20 de noviembre de 2012 en: <http://www.sernanp.gob.pe/sernanp/archivos/imagenes/vida/INFOAGRO%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE.pdf>

Cajiga Calderón Juan Felipe (2006). “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”. Consultado el día 10 de agosto 2012, del sitio Web de Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en: [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Centro de Análisis y Evaluación de la Política Pública (CAEP, 2005) “Propuesta de Reporte Social Empresarial” Consultado el día 09 de noviembre de 2012 en: [http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CEEQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.fecha.org%2Fpdf%2Frse%2Fbalance\\_social\\_caep.pps&ei=oAyfUI-KClYDrQGszYHYCA&usg=AFQjCNGlc83vh5EaZ0wzzfuKRk469\\_j7zA](http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CEEQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.fecha.org%2Fpdf%2Frse%2Fbalance_social_caep.pps&ei=oAyfUI-KClYDrQGszYHYCA&usg=AFQjCNGlc83vh5EaZ0wzzfuKRk469_j7zA)

Córdoba Adolfo (2007). "Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial en el sector bancario". Centro de Gestión Tecnológica e Informática Industrial (CEGESTI), Costa Rica.

Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES, 2004) "Manual para la Preparación e Implementación del Balance Social en el Uruguay". Consultado el día 08 de noviembre de 2012 en: [www.deres.org.uy/manuales\\_pdf/balancesocial.pdf](http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf)

Escobar Delgadillo Jéssica Lorena (2007), EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN MÉXICO (1980-2007) Revista Digital Universitaria. Consultado el 22 de Octubre de 2012: <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num3/art14/art14.pdf>

Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (EGAP, 2001) "Reporte de Empresas Socialmente Responsables". Consultado el día 03 de noviembre de 2012" en: [http://www.mty.itesm.mx/egap/centros/caep/3\\_5.htm](http://www.mty.itesm.mx/egap/centros/caep/3_5.htm)

Eugene S. Takle (2002) "Desarrollo Sustentable" Global Change Course, Consultado el día 26 de Noviembre de 2012 en: [http://www.meteor.iastate.edu/gccourse/develop/sust\\_develop\\_lecture\\_es2.html](http://www.meteor.iastate.edu/gccourse/develop/sust_develop_lecture_es2.html)

Fernández, Geba, Montes, y Schaposnik (2005) "BALANCE SOCIAL COOPERATIVO INTEGRAL: Un modelo argentino basado en la Identidad Cooperativa". Consultado el día 09 de noviembre de 2012 en: [http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/cooperativas\\_balance\\_social.pdf](http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/cooperativas_balance_social.pdf)

Garza Treviño, Juan Gerardo. (1995). Administración Contemporánea, México: Alhambra Mexicana.

Induambiental (2010) “Conceptos y Metas del Desarrollo Sustentable” Consultado el día 20 de Noviembre de 2012 en:

<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=52d38e15-a24b-4a81-a87b-859cc9cedce5&ID=181178>

Instituto Para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA, 2001) “El Balance Social: un enfoque integral”. Consultado el día 04 de noviembre de 2012 en:

[http://www.ideared.org/doc/balance\\_social.pdf](http://www.ideared.org/doc/balance_social.pdf)

Koontz y Wehrich (1995). “Administración” 3ª Edición. México: McGraw Hill.

Libro Verde: “Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”. Comisión Europea (2001).

Occhi Ducote Mercedes (2006) “Cómo elaborar un Reporte Social, alineado a la estrategia del negocio” *El cronista comercial*, Buenos Aires, Argentina. Consultado el día 03 de noviembre de 2012 en: <http://www.reportesocial.com/pdf/Como-elaborar-un-Reporte-Social-Cronista-julio-2006.pdf>

Pierri Naína (2010) “Historia del concepto de desarrollo sustentable” Consultado el día 8 de Noviembre de 2012:

<http://www.ambiente.gov.ar/infoteca/aea/descargas/pierri01.pdf>

Ramírez Raquel (2008) “Reportes de Responsabilidad Social Corporativa” Consultado el día 04 de noviembre de 2012 en:

[http://www.icyt.df.gob.mx/documents/cursos\\_diplomados/seminario\\_empresa/PRESENTACION\\_RAQUEL\\_RAMIREZ.pdf](http://www.icyt.df.gob.mx/documents/cursos_diplomados/seminario_empresa/PRESENTACION_RAQUEL_RAMIREZ.pdf)

Ramírez Treviño Alfredo y Sánchez Núñez Juan Manuel (2009) “Enfoques de desarrollo sostenible y urbanismo”. Revista Digital Universitaria. Consultado el día 16 de Noviembre del 2012: <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num7/art42/art42.pdf>

Ramírez Treviño Alfredo, Sánchez Núñez Juan Manuel, García Camacho Alejandro (2004) “El Desarrollo Sustentable: interpretación y análisis”. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle.

Soro José Gregorio. (2011) “Responsabilidad Social Empresarial (RSE), En PyMES de Sector Turismo”. Congreso de Turismo Sostenible de la Zona Norte, Santa Clara. Xunta de Galicia “Responsabilidad Social Empresarial”. Consultado el día 11 de agosto de 2012 en:

[http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Frse.xunta.es%2Findex.php%3Foption%3Dcom\\_content%26view%3Darticle%26id%3D20%26Itemid%3D19%26lang%3Des&ei=71G8UPPEE8rcqQG7I4E4&usq=AFQjCNEjEaKZhY8gt\\_-6ICGgQMs55UNMw](http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Frse.xunta.es%2Findex.php%3Foption%3Dcom_content%26view%3Darticle%26id%3D20%26Itemid%3D19%26lang%3Des&ei=71G8UPPEE8rcqQG7I4E4&usq=AFQjCNEjEaKZhY8gt_-6ICGgQMs55UNMw)

Zabala (2008) Construcción de un modelo de balance social para el cooperativismo de una región latinoamericana: el caso de antioquia (Colombia). Consultado el día 09 de noviembre de 2012 en:

[http://c.ymcdn.com/sites/www.istr.org/resource/resmgr/abstracts\\_-\\_barcelona4/salazar.hernando.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.istr.org/resource/resmgr/abstracts_-_barcelona4/salazar.hernando.pdf)

Zavala Hernández, Ruth (2012) “El desarrollo sustentable” consultado el día 19 de noviembre en: [www.politicas.unam.mx/razoncinica/El\\_desarrollo\\_sustentable.html](http://www.politicas.unam.mx/razoncinica/El_desarrollo_sustentable.html)