

LA GENERACION DE LA INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN BAJO LA MIRADA DE LA RSE

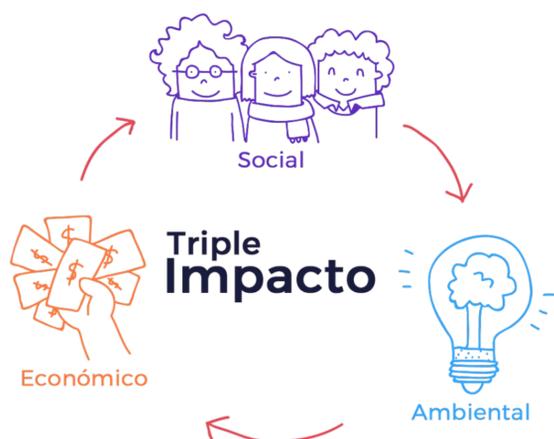
Borgogno, Facundo Nahuel – Carrera Contador Publico – facu.n.borgogmo@hotmail.com



Introducción

El mundo empresarial actual exige que las empresas, además de ser cada vez más competitivas, se ocupen de la implementación de planes de responsabilidad social que les permitan crear y mantener una imagen positiva ante sus grupos de interés, les ayuden a realizar su objeto social, a la vez que contribuyen a la sustentabilidad.

El uso de indicadores permite conocer el grado de cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad dentro de su entorno que alcanza la empresa. (Regalado et al, 2014).



Discusión

La aplicación de RSE conlleva ciertos beneficios y esto estimula la posibilidad de crear con la sociedad un icono cultural que proporciona un próspero contexto de comunión y armonía. La realidad indica que llevar a la práctica este tipo de políticas en nuestra sociedad resulta mucho más difícil por la burocracia imperante, por los constantes cambios en la economía, por la falta de ética social, por la competencia desleal, por la falta de regulación o normativa que, sumado a los modelos y herramientas de medición que existen en la actualidad no cuentan, en general, con indicadores suficientemente adaptados y sencillos como para poder realizar una autoevaluación de forma fácil y sin emplear grandes cantidades de recursos, resultan en técnicas difíciles de emplear.

Principales Resultados

El objetivo general propuesto fue diseñar la implementación de un tablero de gestión bajo la mirada de las RSE que permita dar un seguimiento de la evolución del indicador. Planteando un sistema de medición para comunicar, entender, orientar y compensar la ejecución de las estrategias, acciones y resultados de la empresa, y estimular la acción, marcar los desvíos y proponer un plan de trabajo para poder corregirlos.

Principales Beneficios de Llevar Reportes de Sustentabilidad

• Incrementar el atractivo hacia los clientes actuales, lo que consecuentemente trae su fidelización.	• Acceso a nuevos segmentos de mercado.	• Mayor receptividad para la opinión y la influencia.
• Mejora de la relación con el entorno.	• Inclusión en índices (bursátiles o no) de inversiones éticas.	• Incremento de la motivación e integración de los empleados.
• Atracción de medios.	• Realización de ensayos para el desarrollo de innovadoras estrategias comerciales.	• Incremento de la productividad, la eficiencia y la calidad.
• Posicionamiento y diferenciación de marca.	• Proporcionar valor añadido a los accionistas.	• Mejora del clima laboral y reducción del nivel de conflictividad laboral.
• Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.	• Atracción de accionistas e inversores de calidad.	• Mejor aceptación social, imagen y reputación.
• Reducir el peligro de litigios y sanciones.	• Menores posibilidades de conflictos con la comunidad.	• Incremento del valor de la acción.
• Obtención de descuentos publicitarios.	• Fortalecimiento de la reputación entre inversores.	• Reducir costes de operación.
• Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.	• Atracción de proveedores de calidad.	• Captación de nuevos clientes.
• Nuevas estrategias de comunicación.	• Mejora de la imagen corporativa y la reputación.	• Obtención de desgravaciones fiscales.
• Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra de los consumidores.	• Mejora de las relaciones con sindicatos y administración pública.	• Evitar publicidad negativa, boicots e imagen pública dañada.
• Mayor margen de maniobra en situaciones críticas.	• Atraer inversiones.	• Mejores condiciones de acceso a los mercados financieros y menor coste de capital.

Objetivo General

Realizar el diseño de implementación de un tablero de gestión bajo la mirada de las RSE instaurando fichas guías que faciliten la formalización de indicadores

Nombre del Indicador:	Código:	Tipo de Indicador:				
Objetivo						
Unidad de Medida	Definición de las Variables de la Formula					
Forma de Calculo	Periodicidad		Punto de Información			
Fuente de los datos			Punto de Control			
Responsable de Generar el Indicador	Responsable de seguimiento Seguimiento del Indicador					
Referencia: GRI que relaciona						
Fecha	Total		Resultado % Cumplido	Observación del resultado	Acción de mejoramiento Requeridas	Plan Acción
	Ejecutado	Programado				

Métodos e Instrumentos

Se trató de una investigación, de diseño no experimental, descriptiva que buscó especificar propiedades, características y rasgos importantes de la empresa a través de un análisis cualitativo; A su vez se utilizó la recolección de datos sin medición numérica a fin de reconocer los hechos e interpretar los mismos. Por otra parte, se utilizaron instrumentos propios como entrevistas y observaciones