



# ÍNDICE

<b>Prólogo</b>	9
<b>Objetivos</b>	11
<b>Introducción</b>	17
<b>PRIMERA PARTE:</b>	
<b>La RSO y el enfoque de gestión</b>	19
<b>Capítulo I. RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL</b>	
Estado del arte y tendencias	
<i>Autora: Noguera López, María Yohana</i>	21
Hacia una definición de RSO	21
Implicancias de la RSO	26
Una posible taxonomía de la RSO	30
Conclusiones	36
Bibliografía	36
<b>Capítulo II. LA EMPRESA Y EL CONTEXTO SOCIAL EN EL FUTURO.</b>	
RSO y su vinculación con un nuevo liderazgo del mañana	
<i>Autores: Pérez Cortés, Ángel y Suárez Vilardi, Verónica.</i>	39
El desafío de una sociedad en transformación	39
RSO como catalizador del nacimiento de un nuevo liderazgo	42
Ética y administración por valores	45
Conclusiones	47
Bibliografía	47

### **Capítulo III. BUENAS PRÁCTICAS INSTITUCIONALES**

Una primera mirada

*Autora: Domínguez Fernández, Raquel*

49

Introducción

49

Nuestro caso

51

Algunas buenas prácticas

53

Algunas experiencias institucionales extranjeras

56

Conclusiones

60

Bibliografía

67

### **Capítulo IV. PROPUESTAS DESDE LAS FACULTADES Y ORGANISMOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS PARA SU APLICACIÓN EN EMPRESAS Y OTRAS INSTITUCIONES**

*Autor: Navós, Oscar Telmo*

69

Introducción

69

Un primer abordaje desde las universidades

70

Algunas propuestas desde las facultades y organismos profesionales de Ciencias Económicas

72

Conclusiones

75

Bibliografía

76

### **SEGUNDA PARTE:**

#### **El camino hacia la medición de la RSE/RSO**

77

### **Capítulo V. FUNDAMENTOS QUE AVALAN LA NECESIDAD DE FORMACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS CURRÍCULOS DE GRADO EN LAS FACULTADES DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

*Autora: Berri, Ana María*

79

Introducción

79

Los fundamentos

79

Conclusiones

85

Bibliografía

85

### **Capítulo VI. SER SOCIALMENTE RESPONSABLE Y COMUNICARLO DESDE LA DIMENSIÓN PYMES Y MICROPYMES**

*Autores: Berri, Ana María y Palacios, Clide*

87

Introducción

87

Comportamientos esperados de una PyME socialmente responsable

88

Lineamientos para comunicar las prácticas de Responsabilidad Social en PyMEs	93
La perspectiva del IARSE	96
Nuestras consideraciones	101
Conclusiones	103
Bibliografía	104

**Capítulo VII. PRIMEROS PASOS DE LOS ORGANISMOS PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA ARGENTINA SOBRE “BALANCE SOCIAL”**

<i>Autores: Berri, Ana María, Malgioglio, José María y Palacios, Clide</i>	107
Introducción	107
Conclusiones	114
Bibliografía	115

**Capítulo VIII. EL BALANCE SOCIAL Y LAS DECISIONES SOBRE CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO**

<i>Autores: Boggino, Guillermo y Palacios, Clide</i>	117
Introducción	117
Consumo responsable o sostenible	118
Comercio Justo	119
El consumo como factor de cambio	126
Consumo responsable en la Argentina	130
Educación para consumir con responsabilidad	131
Balance Social y sellos de Comercio Justo	133
Conclusiones	134
Bibliografía	135

**TERCERA PARTE:**

<b>Medición y verificación externa: aseguramiento</b>	137
---	-----

**Capítulo IX. APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA: MEDICIÓN Y VERIFICACIÓN DEL BALANCE SOCIAL**

<i>Autora: Domínguez Fernández, Raquel</i>	139
Introducción	139
Normas Contables y de Auditoría vigentes	140
Interpretaciones y aplicación práctica	152
Conclusiones	153
Bibliografía	154

**CUARTA PARTE:**

**RSO y el Profesional en Ciencias Económicas**

155

**Capítulo X. EL ROL DE LOS PROFESIONALES EN CIENCIAS ECONÓMICAS EN RELACIÓN CON LA RSO**

*Autor: Marchetti, Marcelo*

157

El profesional en Ciencias Económicas y la gestión de la Responsabilidad Social en las organizaciones

158

El profesional en Ciencias Económicas y la elaboración de balances sociales

159

El profesional en Ciencias Económicas y la auditoría y verificación externa de los balances sociales

161

Bibliografía

163

**Capítulo XI. PALABRAS FINALES**

*Autor: Navós, Oscar Telmo.*

165