

Capítulo 2 - SANFELICE MARÍA MARTA - FERRÉ OLIVE EDGARDO HÉCTOR

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y TRIBUTOS

Mg. HECTOR EDGARDO FERRE OLIVE

Contador Público en Universidad Argentina John F. Kennedy

Magíster en Finanzas Públicas en Universidad Nacional de la Matanza-Instituto de Estudios de las Finanzas Públicas Argentinas

Postgrados en Administración Pública y Capacitación Pedagógica en Universidad de Buenos Aires

Curso de Postgrado en Derecho Tributario Internacional en Universidad de Barcelona

Doctorando en Ciencias Económicas en Universidad Nacional de la Matanza

MARIA MARTA SANFELICE

Contador Público en la Universidad de Belgrano - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta de gestión generadora de buenas prácticas, las cuales contribuyen a la construcción de una sociedad más justa, equitativa, y sustentable.

Dentro de los “Stakeholders” o “Grupos de Interés” se incluye al Estado; ya sea por la participación de las empresas en aspectos sociales y/o por el cumplimiento que las mismas deben hacer de sus distintas obligaciones legales.

Así vemos que las obligaciones que deben cumplimentar las empresas se relaciona con distintos aspectos, como ser los ambientales, legales, laborales, tributarios, etc. y estas obligaciones se van cumpliendo y se van efectivizando a través de las Memorias de Sostenibilidad del GRI y de las Normas Técnicas Profesionales relacionadas con el Balance Social.

En término de la tributación de los sujetos, existen prácticas que las podemos considerar como socialmente responsables.

Las empresas socialmente responsables son las que cumplen debidamente sus deberes fiscales. Son empresas que no buscan minimizar sus impuestos mediante la planificación fiscal agresiva o mediante regímenes offshore.

La minimización de impuestos perjudica al Estado y supone una conducta desleal respecto al resto de los ciudadanos que deben soportar mayores impuestos por la evasión fiscal y que ven como los estados merman las partidas dedicadas al gasto social.

Por otra parte, si las empresas socialmente responsables contribuyen con sus actuaciones y políticas a que exista un menor gasto público, es esperable que a la hora de pagar sus impuestos contribuyan en menor medida que las empresas que no manifiestan ningún compromiso social. Esta compensación puede ser realizada estableciendo incentivos fiscales.

En el trabajo se desarrollan aspectos tributarios relacionados con el tratamiento asignado al tema de la Responsabilidad Social Empresaria, considerando la actuación que les corresponde a las administraciones tributarias.

Abstract

Corporate Social Responsibility is a tool designed to generate good management practices, which contribute to build a more equitable and sustainable society.

Within the Stakeholders the State is included, either by the participation of companies in social aspects or because of their different legal obligations.

That's how the obligations the companies must fulfill, are related with legal, labor, tax and environmental aspects; this ones become effective through the GRI – Sustainability Reporting Standards - and the Professional Technical Norms related with the Social Balance.

Some practices can be considered as socially responsible in order of tax obligations.

Socially responsible companies are those that commit with tax obligations. These companies do not look forward to minimize their taxes by using offshore systems and aggressive tax planning.

The decrease of income taxes damage the State and is seen as a disloyal behavior regarding to other citizen that must tolerate tax increments because of the fiscal fraud and see how the government reduce their expenses dedicated to social assistance.

If socially responsible companies contribute with their actions and politics to promote a reduction of public expenses, are expected in the time they

pay their taxes to contribute less than the companies who doesn't show any social commitment. This compensation can be accomplished by establishing tax incentives.

In this article we develop tax issues related with the Corporate Social Responsibility, considering the expected performance by the tax administration.

Palabras Clave

Responsabilidad Social – Tributación – RSE

Introducción

La Responsabilidad Social es la capacidad de una institución de responder a las necesidades o demandas sociales, la cual implica que se ayude a generar condiciones para el desarrollo sostenible, tanto de la propia organización, como de la población y así promover el cambio social.

Los cambios han sido impulsados principalmente por la modificación de las condiciones socioeconómicas de los mercados. Estos requieren mayor transparencia, por lo que esta tendencia, de la revelación social, ha ido adquiriendo fuerza propia.

Cómo lo dijo Michael Porter *“Por largo tiempo se percibía que los objetivos sociales eran distintos y hasta competían con los de orden económico (...), pero tal dicotomía es falsa...*

Las empresas no funcionan de forma aislada de la sociedad que las rodea. Cuanto más se relacione una mejora social con el negocio de la empresa, más conduce a que, a la vez, se genere beneficio económico”¹.

¹ “Equal y la Responsabilidad Social en la Empresa”. Conclusiones del III encuentro del GTN 3, Barcelona, Octubre 2006, Página 8.

Hoy en día, en la sociedad Argentina podemos reconocer que el valor de los recursos humanos, y la relación de la institución con la sociedad, son factores determinantes de éxitos en las organizaciones; y por ello es que inversores y usuarios le prestan especial atención a los datos tanto cuantitativos, como a los reveladores de compromiso de la institución con su ámbito social.

La denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) supone un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad, donde sus acciones no pueden estar limitadas sólo al juego de la oferta y la demanda, sino que también deben constituir piezas claves para el desarrollo económico y social de los países. En el mundo actual, los empresarios saben que la globalización es más que hacer negocios a una escala global, para competir con éxito, las compañías deben moverse en un escenario complejo y cambiante que no solo conjuga aspectos económicos, sino también ambientales y sociales.²

Aquellos comprometidos en la Responsabilidad Social Empresaria, observarán las ventajas que conlleva poder cuantificar y cualificar las acciones sociales, medioambientales y económicas, que permiten comparar, año tras año, los aspectos positivos, negativos, y los avances y/o retrocesos en dichas materias.

Las organizaciones deben empezar a comprender que la Responsabilidad Social Empresaria surge como un importante distintivo ante la sociedad y ante los grupos de interés, en donde ya no importa sólo 'cuanto gana' sino también 'cómo lo gana'.

Responsabilidad Social Empresaria

Definición

² "El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo". Acción empresarial, Diciembre 2003, Página 17.

Para el IARSE³ *“la responsabilidad social empresaria es una forma de conducir los negocios de la empresa, tratando de generar una triple creación de valor: económico, social y ambiental, para la empresa y para la sociedad.”*

La interacción de las organizaciones con la sociedad hace que éstas tengan una responsabilidad compartida, la cual se puede apreciar en su entorno, en sus proveedores, consumidores, accionistas, en el medio ambiente y en todos aquellos sectores que hacen al crecimiento y desarrollo de las organizaciones. A su vez hace surgir expectativas de crecimiento, rentabilidad, calidad en productos y servicios, equidad social, y desarrollo de la sociedad, lo cual da origen a la responsabilidad social tanto a nivel interno como externo.

La responsabilidad social supone que las organizaciones no sólo tienen obligaciones económicas, sino que también las tienen con la sociedad. El profesor Keith David explica que la responsabilidad social es la *“obligación de una empresa, más allá de lo que exige la Ley y la Economía, de perseguir metas a largo plazo que sean buenas para la sociedad”*⁴.

Frente a la necesidad de definir antes quienes es responsable la empresa, los debates se concentran en dos posiciones extremas⁵:

- a) Según el enfoque **clásico-tradicional** las empresas son responsables frente a sus propietarios, y su principal meta es maximizar ganancias.
- b) Según el enfoque **socioeconómico**, las empresas son responsables frente a la sociedad, siendo el objetivo de las empresas asegurar su

³ Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria.

⁴ Robbins S.: “Administración. Teoría y Práctica”. 4a edición. Hispanoamericana S.A., 1994, Pág.129.

⁵ Fernández Lorenzo, L., Geba, N., Montes, V. y Schaposnik, R.: “Un modelo argentino basado en la Identidad Cooperativa”. Balance Social Cooperativo Integral 1998, Pág. 7.

supervivencia, además de obtener rentabilidad, y para lograrlo las organizaciones deben ser eficaces, eficientes, y asumir determinadas obligaciones sociales tanto a nivel interno como externo.

Por esta razón las instituciones deben responder por todo su accionar, asumiendo su responsabilidad, lo que significa que la empresa debería optar por una posición activa, participando en la resolución de problemas, en el progreso de la sociedad, desarrollando así una comunidad sustentable y solidaria.

Evolución del concepto

El concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ha sufrido muchas transformaciones a lo largo del tiempo desde sus inicios, a principios del siglo XX, como una “filantropía empresaria” asociada al incremento de fundaciones empresarias impulsadas por millonarios estadounidenses. En la década del '60 es cuando irrumpe el concepto de Responsabilidad Social asociado a empresas y empresarios, pero es a partir de 1987, después de la publicación del informe “Nuestro Futuro Común”⁶ de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, que el “Desarrollo Sostenible” empieza a ganar un lugar dentro de la Responsabilidad Social Empresaria.

La responsabilidad social se encuentra ligada al desarrollo sostenible, el cual hace referencia a objetivos económicos, sociales y ambientales comunes a todas las personas, y es por ello que el objetivo primordial de una organización socialmente responsable debería ser contribuir al desarrollo sustentable.⁷

¿Por qué es importante la Responsabilidad Social?

⁶ United Nations (UN), United Nations World Commission on Environment and Development (WCED): Our Common Future, 1987.

⁷ NORMA ISO 26000 de Responsabilidad Social. Primera Edición 2010.

Las organizaciones son cada día más conscientes de los beneficios que conlleva una mayor transparencia de la información brindada. Dicha transparencia se debe visualizar como un elemento que fortalece la relación y la inclusión de las instituciones con la sociedad.

En este sentido, podríamos decir que la responsabilidad social es necesaria ya que es un mecanismo para que las organizaciones retornen a la sociedad lo que ésta les ha brindado.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que los clientes y usuarios son más exigentes, y se ha demostrado que uno de los aspectos que contribuye a mantener la fidelidad del cliente y/o grupos de interés con la organización, se asocia a que aquellos organismos no tengan una injerencia negativa en el medio ambiente, ni que generen externalidades adversas que afecten a la sociedad, sino que aspiren al desarrollo sostenible de su ámbito económico, ambiental y social.

La Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta de gestión generadora de buenas prácticas, las cuales contribuyen a la construcción de una sociedad más justa, equitativa, y sustentable.

Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Podemos indicar que las dimensiones de la RSE son:



Gráfico 1. Dimensiones de la RSE.

Fuente: Virgilio Ramón M. Director Ejecutivo de ASEM SOLUTIONS LTDA.

Cómo puede observarse la RSE tiene dos grandes dimensiones⁸: a) una dimensión interna que involucra a los trabajadores, el ambiente laboral, las condiciones de trabajo; y b) una externa frente a la sociedad que comprende a los proveedores, consumidores, el impacto al medio ambiente y demás grupos de interés también conocidos como stakeholders⁹.

8 Núñez indica que existen cinco dimensiones : 1) política filantrópica de la empresa, 2) ética en los negocios, 3) política de la empresa, 4) ciclo del producto y 5) normativa, en Núñez, Georgina "La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible", CEPAL, Serie Medio ambiente y desarrollo, N° 72, Santiago De Chile, 2003, página 14.

⁹ Stakeholder es un término inglés utilizado por primera vez por R. Edward Freeman en su obra: "Strategic Management: A Stakeholder Approach", Pitman, 1984, para referirse a «quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa». Estos grupos o individuos son los públicos interesados o el entorno interesado ("stakeholders"), que según Freeman deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios.

Sea cual fuera la dimensión en la que participe, todos los grupos de interés tienen necesidades comunes¹⁰:

* **Transparencia informativa:** especialmente valorado por quienes desean conocer en todo momento determinados aspectos esenciales e impacto presente y futuro de la organización.

* **Participación:** la comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.

* **Beneficio mutuo:** las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada, con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.¹¹

a) Dimensión interna¹²

* **Gestión de los recursos humanos.** Podrían incluir la formación continua, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa y la

¹⁰ Fernández García, Ricardo. “Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas”, Diario Responsable.com. , 2010

¹¹ Nieto Antolín y Fernández Gago indican que “...La adopción de criterios de RSC permite a las empresas a resolver los conflictos y distribuir el valor creado entre los distintos grupos de interés.”, en Nieto Antolín, Mariano y Roberto Fernández Gago, “Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management”, Universia Business Review – Actualidad Económica- primer trimestre 2004, página 30.

¹² Op.Cit. en (10).

consideración de la capacidad de inserción profesional o la seguridad en el lugar de trabajo.

* **Seguridad y salud en el trabajo.** A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad.

* **Adaptación al cambio.** La amplia reestructuración industrial suscita preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre de una fábrica o los recortes importantes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en las comunidades. Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. Las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo.

* **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.** En general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes aumenta la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir sus gastos energéticos, de eliminación de residuos o de descontaminación. Otro planteamiento que fomenta la responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión (EMAS o ISO 14001) y de auditoría de calidad y medioambiente, ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico. Periódicamente se publican informes sobre dicho rendimiento.

* **Trabajadores.** Incluye aquellas personas que desenvuelven su trabajo en la organización a cambio de una retribución dineraria y/o en especie.

Es necesario una retribución justa, salud, seguridad, respeto y desarrollo profesional en igualdad de condiciones.

* **Accionistas o propietarios.** Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Pretenden la recuperación de su inversión con rentabilidad y la información transparente y periódica. No obstante, no todos los inversores buscan alcanzar exactamente las mismas contraprestaciones, en igual espacio de tiempo: los accionistas con intención de permanencia en el proyecto empresarial, tienen expectativas muy distintas a aquellos cuya inversión es puramente especulativa o de aquellos otros que además intervienen activamente en la gestión.

b) Dimensión externa¹³

* **Comunidades locales.** Las empresas interactúan con el entorno físico local. Precisan de un entorno adecuado para su producción y su oferta de servicios: unas adecuadas redes de comunicación, un medioambiente limpio. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos.

* **Socios comerciales, proveedores y consumidores.** Los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, éste es el caso de las grandes empresas que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto, pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria.

* **Derechos humanos.** Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Ciertamente las empresas se enfrentan a cuestiones complicadas, por ejemplo el modo de determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y cuales caen dentro del ámbito gubernamental, cómo asegurarse de que sus socios

¹³ Op. Cit. en (10).

comerciales están respetando los valores que ellas consideran fundamentales, y cuál es el enfoque que deben adoptar y cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos.

* **Problemas ecológicos mundiales.** Debido al efecto de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo global de recursos, las empresas son también actores en el medio ambiente mundial.

Responsabilidad Social y Tributos

A continuación, desarrollaremos un aspecto que está teniendo mucha repercusión en Europa y Estados Unidos de Norteamérica, que es la relación entre los Tributos y la RSE.¹⁴

Dentro de los “Stakeholders “ o “ Grupos de Interés “ se incluye al Estado; ya sea por la participación de las empresas en aspectos sociales y/o por el cumplimiento que las mismas deben hacer de sus distintas obligaciones legales.

Así vemos que las obligaciones que deben cumplimentar las empresas son las relacionadas con aspectos ambientales, legales, laborales, tributarios, etc. y estas obligaciones se van cumpliendo y se van efectivizando a través de las Memorias de Sostenibilidad del GRI y de las Normas Técnicas Profesionales relacionadas con el Balance Social.

¹⁴ Ver al respecto Doh, Jonathan P. y Terrence R. Guay “ Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective”, Journal of Management Studies 43:1 , Blackwell Publishing Ltd. 2006, pages 47-73, en el que los autores desarrollan la teoría de los “stakeholder”, y su tratamiento en estas dos importantes regiones del mundo.

Reporte de Sustentabilidad GRI

El GRI es una iniciativa internacional a largo plazo, apoyada desde Naciones Unidas y promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores. Su misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios.

En la Guía del GRI se parte de la visión estratégica basada en la importancia que tiene esta información (cuando es periódica, creíble y consistente) para contribuir a enfrentar los desafíos que implica la sustentabilidad de las sociedades.

Esta Guía contempla tres dimensiones de la sostenibilidad: la **económica**, la ambiental (impactos de una organización en los sistemas vivos e inertes) y la social (impacto de las actividades de una organización en los sistemas sociales en los que opera), e identifica las categorías que comprende cada una de ellas así como los indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten seguir la evolución de los resultados.

La **dimensión económica de la sostenibilidad** afecta al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial.

Asimismo, en las normas GRI se detallan, en esta dimensión, indicadores de desempeño relacionado con los tributos, incluyéndose esta temática en los indicadores **EC1 y EC4**.¹⁵

¹⁵ Estos indicadores son los que surgen de la Guía GRI Versión 3.1, no habiéndose producido modificaciones de importancia en estos indicadores en la versión GRI 4, que será de aplicación obligatoria desde el 31 de diciembre de 2015.

EC 1. “Valor económico generado y distribuido, incluyendo ingreso, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos”.

EC4. “Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos”.

En los Protocolos de los Indicadores de las Guías GRI G3.1, Economía (EC), se detalla la composición de los indicadores, señalándose lo siguiente:

EC1. Valor económico directo generado y distribuido: dentro del Valor económico distribuido (VED):

Se indica como componente e) los “ Pagos al gobierno”,que son:

“Pagos al gobierno:

Todos los impuestos de la empresa (de sociedades, sobre beneficios, bienes inmuebles, etc.) y sanciones correspondientes abonados a nivel internacional, nacional y local. Esta cifra no debe incluir los impuestos diferidos, ya que podrían no llegar a producirse. Las organizaciones que operan en varios países deben informar de los impuestos pagados en cada uno de ellos, mencionando la definición de segmentación territorial que se haya empleado.”

Como referencia relacionada con la tributación, se indica que puede ser consultada la Norma Internacional de Contabilidad 12 (NIC 12) relativa al Impuesto sobre los Beneficios.¹⁶

EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos :

Este indicador proporciona datos sobre las aportaciones de los gobiernos de los lugares donde opera la organización informante. La exposición de la ayuda financiera significativa proporcionada por una administración

16 Con relación al tratamiento de estos aspectos en España, ver Fernández Rodríguez, Elena, Antonio Martínez Arias y Santiago Alvarez García “Contabilidad Versus Fiscalidad. Situación actual y perspectivas de futuro en el marco del Libro Blanco de Contabilidad”, Instituto de Estudios Fiscales, IEF, DOC. N° 2/03, 2003.

pública y su comparación con los impuestos pagados puede resultar útil para presentar un cuadro equilibrado de las transacciones entre la organización informante y las administraciones públicas.

Con respecto a la Recopilación de datos, la Guía GRI G3.1. Indica:

“2.1. Informe, si fuera significativo, del importe financiero acumulado y calculado con criterio de devengo de:

- * Incentivos/bonificaciones fiscales,
- * Subsidios,
- * Subvenciones a la inversión o para investigación y desarrollo, y otro tipo de ayudas financieras relevantes,
- * Premios con dotación económica,
- * Exención temporal del pago de licencias,
- * Asistencia financiera recibida de Agencias de Crédito a la Exportación,
- * Incentivos financieros,
- * Otros beneficios financieros recibidos o por recibir de cualquier administración por cualquier operación.

2.2. Informe si el gobierno participa en la estructura accionarial de la organización.”

Como referencia relacionada con la tributación, se indica que puede ser consultada la Norma Internacional de Contabilidad 20 (NIC 20) sobre Contabilización de las Subvenciones del Gobierno e Información a Revelar sobre Ayudas Gubernamentales.¹⁷

17 Por esta NIC 20 se indica que las Ayudas Gubernamentales son acciones realizadas por el Sector Público con el objeto de suministrar beneficios económicos específicos a una entidad, o tipo de entidades, seleccionadas bajo ciertos criterios. Las Subvenciones del Gobierno son la ayuda gubernamental en forma de transferencia de recursos a una entidad a cambio del cumplimiento pasado o futuro de ciertas condiciones relacionadas con las actividades de operación de la entidad.

Balance Social

Estructura del Balance Social conforme la RT FACPCE 36.¹⁸

Este Balance Social incluye:

1) Memoria de Sustentabilidad.

Aplicando las pautas y principios establecidos en la Guía para la confección de Memorias de Sustentabilidad elaborada por el Global Reporting Initiative (GRI).

2) Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD).

En su elaboración se debe considerar:

A) Valor económico generado: valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. Se mide, en forma general, por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio.

B) El valor económico generado se diferencia del beneficio empresario ya que el primero se refiere a la retribución de todos los grupos sociales que intervienen en los procesos inherentes a las actividades del ente, mientras que el beneficio empresario se refiere a la porción que les corresponde a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado.

En el Capítulo III de la RT N° 36 , Estado de Valor Económico Generado y Distribuido, Distribución del valor económico generado, punto 13, se indica que el EVEGyD debe detallar con relación a los pagos de tributos al Estado:

“..13.3. Al Estado (impuestos, tasas y contribuciones).

¹⁸ La resolución Técnica 36 de la FACPCE se denomina “Normas Contables Profesionales: Balance Social”. Otra norma de interés dictada por la FACPCE de este tema es la “Interpretación N° 6 de Normas de Contabilidad y Auditoría: Auditoría o Revisión del Balance Social”.

Comprende los importes de los impuestos a las ganancias, contribuciones sociales que estén a cargo del empleador, y los demás impuestos y contribuciones a los que la organización esté obligada.

Opcionalmente el ente podrá discriminar de las cuentas de resultados los impuestos allí contenidos en:

- a) Nacionales: incluyen los tributos correspondientes a la Nación, incluso los que son coparticipados en todo o parte a las provincias.
- b) Provinciales: incluyen los tributos correspondientes a las provincias, incluso los que son coparticipados en todo o en parte a los municipios.
- c) Municipales: incluyen los tributos correspondientes a los municipios. ”

C) El Balance Social en sí, que se podrá presentar en forma conjunta con los Estados Contables del ente, o por separado, haciendo referencia en el Balance Social, a dichos Estados Contables. El período por el cual se emitirá será el mismo al que se refieren los Estados Contables. En aquellos entes que posean actividad e inversión social en más de una jurisdicción, se recomienda presentar el Balance Social separando claramente la actividad de cada jurisdicción (cada provincia y la CABA).

Tributos

Antes de ingresar en el análisis tributario, nos interesa comentar que la RSE es particularmente intensa respecto a la sociedad civil, al mercado y al Estado como organización:

Cuadro 1

RSE y su relación con la sociedad civil, el Mercado y el Estado.

Frente a la sociedad civil	La RSE frente a la sociedad se traduce en compromiso de corrección y respeto a los
----------------------------	--

	trabajadores, consumidores, ciudadanos, como usuarios del bien ambiental. Es un conjunto de acciones voluntarias por encima y más allá de los mínimos jurídicos exigibles.
Mercado	El valor de la empresa en el mercado es la maximización de beneficios pero, también, la adquisición de crédito o reputación merecedora de un valor añadido ajeno a la estricta cuenta de resultados. La responsabilidad social corporativa en el mercado significa competencia leal, transparencia en las cuentas e integridad en la conducta económica.
Estado como organización	La responsabilidad fiscal corporativa ante el Estado no supone sino el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de la Seguridad Social y la aplicación debida de las ayudas estatales. La minimización del impuesto perjudica no sólo el interés fiscal del Estado sino también a la competencia leal y al ciudadano colectivo, que debe soportar más impuesto por la elusión o evasión fiscal.

Fuente: elaboración propia, a partir de Rosembuj.¹⁹

¹⁹ Rosembuj, Tulio "Minimización del impuesto y responsabilidad social corporativa". Editorial El Fisco, 2009, Barcelona, páginas 77 y 78. Al respecto, el autor indica que la empresa tiene pleno derecho al beneficio y a la maximización de su utilidad, siempre que su actividad sea compatible con la sociedad, el mercado y el Estado. Asimismo indica "... en esto radica la diferencia entre la lógica legítima de la iniciativa económica y la lógica ilegítima de la iniciativa económica ilícita: la empresa criminal cuyo patrimonio deriva de la ocultación

Con respecto al análisis tributario, lo que debemos desarrollar se relaciona con:²⁰

- 1) el cumplimiento tributario
- 2) los incentivos fiscales y
- 3) la extrafiscalidad.

1) Cumplimiento tributario

En término de la tributación de los sujetos, existen prácticas que las podemos considerar como socialmente responsables.

Las empresas socialmente responsables son las que cumplen debidamente sus deberes fiscales. Son empresas que no buscan minimizar sus impuestos mediante la planificación fiscal agresiva o mediante regímenes offshore.²¹

primera de los fondos (blanqueo) y tiene una conducta de opacidad, corrupción y deslealtad con la competencia”.

²⁰ Ferré Olive, Edgardo Héctor “ Tributos, Responsabilidad Social y Administraciones Tributarias”, Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), Revista de Administración Tributaria CIAT/AEAT/IEF N° 36, Enero 2014, páginas 44 a 56

²¹ La Comisión Europea ha indicado en una Comunicación, que se puede considerar que la planificación fiscal agresiva vulnera los principios de responsabilidad social de las empresas, en “Plan de acción para reforzar la lucha contra el fraude fiscal y la evasión fiscal”, Comisión Europea, COM (2012) 722 final, Bruselas, del 6-12-2012, página 7. Es la misma posición que al respecto considera la Agencia Canadiense de Ingresos, ya que este tipo de planificación socava la integridad de la legislación y de la base impositiva, en Bennett, Catherine “Creando conciencia en el Contribuyente: la Responsabilidad Social Corporativa y los Foros de Diálogo entre Contribuyentes y la Administración Tributaria”, CIAT, 45° Asamblea General, Quito, 2011, página 328.

La minimización de impuestos perjudica al Estado y supone una conducta desleal respecto al resto de los ciudadanos que deben soportar mayores impuestos por la evasión fiscal y que ven como los estados merman las partidas dedicadas al gasto social.

La utilización de paraísos fiscales conforma una práctica socialmente irresponsable, y ha sido una de las principales causas que ha provocado la crisis económica actual, especialmente en el ámbito financiero.²²

Rosembuj ²³indica que el impuesto mínimo es aquel ajustado a las necesidades colectivas y suficientes para la financiación de los bienes públicos que reclama la comunidad; es decir es el punto de encuentro entre los valores del conjunto y los intereses particulares.

En este sentido, la minimización del impuesto es cualquier programa, esquema, estrategia, para eludir o evadir el cumplimiento del impuesto mínimo. Es una ruptura de los valores del conjunto por obra del exceso o desmesura del interés particular.

Con respecto a la responsabilidad social corporativa, se debe cumplir con el pago del impuesto mínimo (como así también no explotar el trabajo infantil ni dañar al medioambiente), siendo éste un comportamiento

²² Ruiz Garijo, Mercedes “Más de diez años de Responsabilidad Social Empresarial. ¿Para cuándo su regulación jurídica y el establecimiento de incentivos fiscales?” Revista Vasca de Economía Social – Gizarte Ekonomia Euskal Aldizkaria-Gezki, N° 7,2011, página 33.

²³ Op. Cit. en (19), página 13. Avi-Yonah indica que no debe permitirse a la Sociedad un comportamiento estratégico que consista exclusivamente en la minimización de los tributos, en Avi-Yonah, Reuven S. “Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior”, Symposium on Tax and Corporate Governance, Munich, December 2006, and co-organized by the International Network for Tax Research(INTR), the Max Planck Institute for Intellectual Property, Competition and Tax Law and the German IFA branch, página 28.

correcto por parte de la empresa.

Por ello, y tal como habíamos indicado, **las empresas socialmente responsables son las que cumplen debidamente con sus deberes fiscales.**²⁴

2) Incentivos fiscales

Las empresas que deciden ser socialmente responsables deberían ser incentivadas mediante beneficios fiscales.

Cuando una empresa es socialmente responsable está realizando, en un principio, una función eminentemente pública.

Esta actuación supone un ahorro de gasto público. En la medida que esas empresas cumplan objetivos de interés general, los poderes públicos se ven descargados en sus funciones, necesitando menos recursos públicos para atender las demandas de los ciudadanos en dichos ámbitos.

Por ello, si las empresas socialmente responsables contribuyen con sus actuaciones y políticas a que exista un menor gasto público, es esperable que a la hora de pagar sus impuestos contribuyan en menor medida que las empresas que no manifiestan ningún compromiso social.

²⁴ Rosembuj indica que el punto de partida de la sociedad “ es una deuda que sus propietarios contraen desde el origen con el Estado, con el mercado, con la sociedad civil. De esta forma, cuando una empresa es socialmente irresponsable (ya no tanto con el incumplimiento de sus obligaciones fiscales sino con la búsqueda de paraísos fiscales que le permiten minimizar sus impuestos) no solamente se perjudica al ciudadano colectivo (que deberá soportar mayor carga tributaria) sino que hay un incumplimiento grave del contrato social con el Estado, que es el que sirve de vida a la sociedad, ruptura que en ningún caso debe ser gratuita para los ciudadanos y empresas incumplidoras. En definitiva, el impuesto “es una señal de comportamiento correcto, de responsabilidad social corporativa”, en Rosembuj, Tulio “ El abuso del derecho y la realidad económica”, Quincena Fiscal Aranzadi, número 5, 2008.

Esta compensación puede ser realizada estableciendo incentivos fiscales.²⁵

Estos incentivos pueden ser directos o indirectos, dependiendo si se concesionan ciertas subvenciones o si se crean beneficios fiscales.²⁶

La aplicación de estos incentivos fiscales deben efectuarse luego de reflexionar y tener en cuenta los principios de cada sistema fiscal.

Para su aplicación es necesario considerar que la RSE:

- * No es un premio por buen comportamiento,
- * No debe suponer el cumplimiento de las obligaciones a las que legalmente esta sometida una empresa,
- * es voluntaria y constituye algo superior a las obligaciones legales de la empresa.²⁷

Por ello, no podemos afirmar que una empresa es socialmente responsable por el sólo hecho de respetar, por ejemplo, los derechos laborales de sus trabajadores, contratar trabajadores discapacitados, cumplir la normas de higiene en el trabajo, etc.

²⁵ Avi-Yonha, Op. Cit. en (23) página 26 , indica que para quien el Gobierno tiene diferentes opciones a la hora de fomentar una determinada política puede regular directamente, puede subvencionar ciertas actividades directamente, o puede subvencionar indirectamente a través del sistema fiscal. De esta forma, en materia de RSE, considera que el impuesto es una herramienta idónea para incentivar a las empresas a que asuman ciertas responsabilidades sociales que, en principio, parecen corresponder al Estado.

²⁶ Ruiz Garijo opina que los beneficios fiscales son instrumentos más eficaces para fomentar la RSE; ya que las ayudas directas dependen de los presupuestos de cada año, con la incertidumbre que ello genera, y a su vez estas ayudas son mecanismos rígidos frente a la flexibilidad del incentivo o beneficio fiscal , en Op. Cit. en (22), página 39.

²⁷ Op. Cit. en (22) página 39.

El beneficiario de los incentivos fiscales es una empresa o entidad (fundación, asociación, cooperativa) que realiza una actividad empresarial y que satisface un interés general.

Esta función en principio corresponde a los poderes públicos, existiendo críticas de la actuación privada que reemplaza a la actividad pública.²⁸

Aquí se concilian el interés general con los intereses particulares, siendo estos intereses complementarios al bienestar social.

La aplicación de estos incentivos fiscales puede ser fomentada pero con cautela, para que no se incentiven actuaciones más próximas al marketing que a la concientización de la responsabilidad de la empresa en el bienestar social.²⁹

Dentro de este marco, Ruíz Garijo también indica que se debe regular un marco de RSE a nivel nacional e internacional, y desarrolla un listado de buenas conductas que entrarían en el ámbito de la RSE, y que a dichos efectos, se debe establecer una entidad pública que certifique la RSE.³⁰

²⁸ Friedman desarrolla en un artículo aspectos críticos de la responsabilidad social de las empresas, opinando que desde su punto de vista los empresarios buscan maximizar siempre sus beneficios, y que existen funciones del Poder Público que no las pueden desarrollar las empresas, en Friedman, Milton “ The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, The New York Times Magazine, September 13, 1970.

²⁹ García Calvente, Yolanda “El derecho financiero y tributario ante la Responsabilidad Social de la Empresa”, en “La Responsabilidad Social Empresarial: un nuevo reto para el Derecho”, Ediciones Marcial Pons, España, 2009, página 37.

³⁰ Op. Cit. en (22) página 49.

3) Extrafiscalidad

Dentro de la finalidad extrafiscal de los tributos, se pueden desarrollar estrategias de responsabilidad social, atenta a que existen intereses sociales que vinculan esta responsabilidad a los que comprende la extrafiscalidad.

Ancos Franco ³¹ parte de una concepción amplia de los bienes públicos, incluyendo todos aquellos bienes para los que no cabe la exclusión, bien por los rasgos técnicos de su provisión o como consecuencia de una decisión política. Esta acepción es más acorde con un concepto de desarrollo sostenible, no sólo porque el concepto del desarrollo sostenible implica una modulación de bienes públicos para cumplir con las necesidades de las generaciones presentes y futuras, (demandas intergeneracionales), sino también porque un creciente número de problemas internacionales se relacionan con la falta de provisión de algunos bienes públicos que no pueden ser provistos individualmente por los gobiernos nacionales ni siquiera dentro de sus fronteras y porque desde la teoría de la empresa, la responsabilidad social se presenta como un bien intangible con enormes potencialidades para incrementar el valor de aquélla.

Los bienes públicos son un caso particular de externalidad, y en algunos casos el accionar de las empresas tendrá una incidencia directa sobre los bienes públicos a través de sus propias actividades de producción (negativa: contaminación acústica y ambiental, tala de árboles, etc.; positiva: promoción de la salud a través de la producción de alimentos saludables, contratación de trabajadores discapacitados), y en otros casos indirecta, a través de actividades no relacionadas directamente con dicho ámbito.

³¹ Ancos Franco, Helena "El mercado de la responsabilidad social empresarial", Boletín Económico de Información Comercial Española (ICE) 2929, Enero de 2008, páginas 17 a 37.

Una empresa socialmente responsable deberá hacerse cargo de las externalidades negativas que produce; en particular las de carácter ambiental. Estas externalidades se deben reducir por parte del Estado a través de mecanismos administrativos, impuestos o los permisos de emisión.³²

Pero esta empresa socialmente responsable deberá cumplir con estas normas de control y proceder a adecuar sus procedimientos operativos para que se produzca una disminución en los gastos públicos relacionados con el ambiente.

Por ello, a través del tributo de carácter extrafiscal se cumplimentan principios de política económica y social, que producen una financiación por la vía recaudatoria, y también previene los gastos públicos; en concreto, los gastos públicos ambientales.³³

³² Ferré Olive, Edgardo Héctor “Tributos ambientales y desarrollo sostenible”, EDICON, Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la C.A.B.A., 2012, página 96.

³³ Op. Cit. en (29) página 38. Sánchez Huete, desarrolla el concepto de la extrafiscalidad, indicando que junto con la función primordial del tributo de subvenir los gastos públicos, se añade una función extrafiscal que remarca su instrumentalidad al prescindir de la finalidad recaudatoria, en Sánchez Huete, Miguel Ángel “La responsabilidad social y su fomento de través de normas tributarias”, en “Ética y Responsabilidad ante la crisis”, María Ángeles Árraez Monllor y Pedro Francés Gómez (Eds. Lits.), Ediciones Sider S.C., España, Mayo de 2010, páginas 151 a 172, página 166 .García Luque añade una tercera función al tributo, como instrumento de prevención de gastos públicos y lo ubica en el contexto de la RS , en García Luque, Elisa “ La actividad financiera del estado social globalizado (la prevención de gastos públicos y el tributo de tercera generación), REDF, N° 131, 2006, página 500, desarrollando en el capítulo V a título de ejemplo la relación entre la RSC y la tributación ambiental como medio para la prevención de gastos públicos ambientales, denominándolo como un “Tributo de tercera generación”. Gemma Patón García considera que, conforme los principios del Pacto Global, el objetivo de la protección medioambiental se relaciona con la licitud del fomento público a la RSE, pero que la autenticidad de la finalidad medioambiental perseguida por el instrumento fiscal proporcionará un efecto de RSE más allá de los incentivos existentes en el ordenamiento financiero y tributario, en Patón García, Gemma “El efecto uniformador de la Globalización en

Administraciones Tributarias

Con relación a este tema, vemos que las administraciones tributarias se encuentran trabajando este tema a través de Foros Empresariales, como el caso de Canadá y España.

La Agencia Canadiense de Ingresos desarrolla foros de comunicación entre los contribuyentes y la administración tributaria, manteniendo un diálogo bilateral con diversas organizaciones que tienen la capacidad de influir en el ámbito de los impuestos considerando la RSE.³⁴

La administración tributaria española ha desarrollado un modelo de Código de buenas prácticas tributarias, dentro del Foro de Grandes Empresas.

Estas buenas prácticas fiscales se basan en :

- * Transparencia, buena fe y Cooperación con la Agencia Tributaria en la Práctica Fiscal Empresarial.
- * Transparencia y Seguridad Jurídica en la Aplicación e Interpretación de las normas tributarias por parte de la Agencia Tributaria.
- * Reducción de la litigiosidad y evitación de conflictos.³⁵

las líneas impositivas medioambientales”, en Fiscalidad Medioambiental: Iniciativas y Orientaciones Actuales, IEF, España, Documento N° 4/2012, página 13.

³⁴ OP. Cit. en (21), (Bennett), página 337.

³⁵ Ver Agencia Tributaria Española, “Foro de Grandes Empresas- Código de buenas prácticas tributarias”. Las empresas que lo deseen adherirán a este Código, habiéndose creado una Comisión de Seguimiento de la aplicación del mismo compuesta por seis miembros nombrados anualmente a partes iguales por la Agencia Tributaria y las empresas participantes en el Foro. La condición de Presidente recaerá en uno de los miembros nombrados por al Agencia Tributaria y la de Secretario en un miembro de entre los nombrados por las empresas.

Debemos considerar dos antecedentes relacionados con la RSE en nuestro ámbito tributario en Latinoamérica: los de las administraciones tributarias de Chile y Argentina.

- Chile

La administración tributaria de Chile, Servicio de Impuestos Internos (SII), ha establecido un Programa de Responsabilidad Social Empresaria Tributaria (RSET), cuyo objetivo específico es que las empresas adheridas promuevan, impulsen y apoyen la capacitación de sus proveedores micro y pequeños en el Sistema de Factura Electrónica gratuito que está disponible en el Portal tributario MIPYME del Servicio de Impuestos Internos.

El objetivo es que esta práctica se transforme y se legitime como el mecanismo de operación dominante en este sector, considerando sus múltiples beneficios en términos de eficiencia y gestión.

Este Programa es una alianza entre la administración tributaria, que invita a las grandes empresas a ir más allá del cumplimiento tributario, involucrándose en impulsar que las empresas de menor tamaño – que habitualmente son sus proveedores de bienes y servicios - adopten tecnologías y prácticas de negocios que favorezcan su desarrollo, su correcta tributación y que en general potencien su competitividad y capacidad de gestión empresarial.

- Argentina

La administración tributaria de Argentina (AFIP) ha establecido, con el dictado de la Resolución General AFIP N° 3424/2012 (B.O. 31/12/2012), un Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables (RegistraRSE).

Este mecanismo permite una mejor visualización pública de los compromisos empresariales frente a la comunidad, lo que evidencia el comportamiento responsable en los aspectos social, económico y/o ambiental.

Esto incluye necesariamente el correcto cumplimiento de las obligaciones fiscales en materia impositiva, aduanera y de los recursos de la seguridad social, atendiendo al hecho que, entre los grupos de interés beneficiados por tales iniciativas se destacan, en primer lugar, los trabajadores que prestan servicios en las aludidas empresas.

La incorporación en este registro contribuye a potenciar la buena imagen institucional y social de tales empresas ante la comunidad, tanto desde el punto de vista de la responsabilidad social empresaria cuanto en lo atinente al cumplimiento voluntario.

En el Cuadro 2 se detallan las características del régimen.

Cuadro 2

Registro de contribuyentes socialmente responsables

Creación	Se ha creado en el ámbito de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), el “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables ” (RegistraRSE), que tiene como principal objetivo el reconocimiento público de aquellos contribuyentes que, en virtud de su compromiso frente a la comunidad, evidencien un correcto y responsable comportamiento en los aspectos social, económico y/o ambiental.
Inclusión en el Registro	La incorporación en el “Registro” es voluntaria y está supeditada a que la empresa postulante cumpla los requisitos, formalidades y demás condiciones establecidas en esta norma.
Requisitos que debe cumplir el solicitante	<ul style="list-style-type: none"> a) Declarar una nómina igual o superior a TRESCIENTOS (300) trabajadores registrados. b) Haber declarado la totalidad del personal que se desempeña en relación de dependencia. c) Haber dado cumplimiento al ingreso de la totalidad de las deudas por los tributos y conceptos cuya percepción se encuentra a cargo de la AFIP. d) No haber sido querellado o denunciado penalmente dentro de un plazo establecido en la norma. e) No haber sido querellado o denunciado penalmente por

	<p>delitos comunes que tengan conexión con el incumplimiento de sus obligaciones tributarias o la de terceros dentro de un plazo establecido en la norma.</p> <p>f) No ser una persona jurídica cuyos titulares, directores o apoderados como consecuencia del ejercicio de sus funciones, se encuentren involucrados en alguno de los supuestos previstos en los incisos d) y e) precedentes.</p> <p>g) No poseer sumario contencioso iniciado y/o cargos aduaneros impagos.</p> <p>h) No integrar la base de contribuyentes no confiables.</p> <p>i) Poseer actualizada la información respecto de la o las actividad/es económica/s que realiza.</p> <p>j) Tener actualizado el domicilio fiscal declarado.</p> <p>k) Haber cumplimentado, de corresponder, con la obligación de presentación de ciertas declaraciones juradas determinativas y nominativas de los recursos de la seguridad social y del impuesto al valor agregado, la última declaración jurada de los impuestos a las ganancias y a la ganancia mínima presunta y del régimen de información societario de la Resolución General AFIP N° 3293.</p> <p>l) Acreditar la efectiva puesta en marcha de al menos un programa que responda a las prácticas reconocidas bajo el concepto de “Responsabilidad Social Empresaria”, manteniendo su cumplimiento mientras dure la inclusión del mismo en el “Registro”.</p>
Presentación de la solicitud	La presentación de la solicitud de incorporación en el “Registro” se efectúa por transferencia electrónica de datos, a través del sitio “web” institucional de la AFIP.
Inclusión en el “Registro”	La inclusión en el “Registro”, será dispuesta por la AFIP una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta norma.
Verificación del cumplimiento	La División Responsabilidad Social Empresaria, dependiente de la Subdirección General de Fiscalización de la AFIP, tiene a su cargo la verificación del cumplimiento de las obligaciones fiscales de los contribuyentes y/o responsables que realicen actividades

	en los programas de Responsabilidad Social Empresaria.
Vigencia	Esta norma rige desde el 2 de Enero de 2013.

Conclusión

- La Responsabilidad Social de una organización implica que la misma debe contribuir a generar condiciones para el desarrollo sostenible.
- Se deben considerar y desarrollar las dimensiones internas (trabajadores, ambiente laboral, condiciones de trabajo) y externas (proveedores, clientes, estado, impacto en el medio ambiente) de la RSE, considerando que todos los grupos de interés tiene necesidades comunes: transparencia informativa, participación y beneficio mutuo.
- La responsabilidad fiscal corporativa ante el Estado implica el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de la Seguridad Social y la aplicación debida de las ayudas estatales. Las empresas socialmente responsables son las que cumplen debidamente sus deberes fiscales.
- Los Reportes de Sustentabilidad (Guías GRI) y los Balances Sociales (Resoluciones Técnicas de la FACPCE) deben incorporar información relacionada con el pago de tributos por parte de las empresas.
- Se debe evaluar la obligatoriedad de la confección de Balances Sociales por parte del Sector Público, utilizando indicadores de gestión diseñados de tal modo que reflejen objetivamente la correspondiente valoración y evaluación de la sustentabilidad

social, ambiental, económica y financiera de cada una de estas organizaciones.

- La actuación de las administraciones tributarias con relación a la RSE podrá trascender si se obliga a la inscripción en los Registros de Contribuyentes Socialmente Responsables a los sujetos que realicen actividades con el Estado (por ejemplo proveedores del Estado).
- Debido a que la cooperación mundial ha puesto una considerable presión sobre los paraísos fiscales y la planificación fiscal agresiva, una cooperación similar podría aplicarse para el contribuyente responsable, incluyendo en las normas contables internacionales (IASB) o normas GRI, parámetros tributarios responsables entre sus normas e indicadores clave de desempeño.

Bibliografía

- Acción empresarial, “El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo”. Diciembre 2003.
- Ancos Franco, Helena “El mercado de la responsabilidad social empresarial”, Boletín Económico de Información Comercial Española (ICE) 2929, Enero de 2008.
- Avi-Yonah, Reuven S. “Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior”, Symposium on Tax and Corporate Governance, Munich, December 2006, and co-organized by the International Network for Tax Research(INTR), the Max Planck Institute for Intellectual Property, Competition and Tax Law and the German IFA branch.
- Bennett, Catherine “Creando conciencia en el Contribuyente: la Responsabilidad Social Corporativa y los Foros de Diálogo entre

Contribuyentes y la Administración Tributaria”, CIAT, 45° Asamblea General, Quito, 2011.

- Doh, Jonathan P. y Terrence R. Guay “Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective”, *Journal of Management Studies* 43:1, Blackwell Publishing Ltd. 2006.
- Equal y la Responsabilidad Social en la Empresa”. Conclusiones del III encuentro del GTN 3, Barcelona, Octubre 2006.
- Fernández García, Ricardo. “Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas”, *Diario Responsable.com.* , 2010
- Fernández Lorenzo, L., Geba, N., Montes, V. y Schaposnik, R.: “Un modelo argentino basado en la Identidad Cooperativa”. *Balance Social Cooperativo Integral*, 1998.
- Ferré Olive, Edgardo Héctor “Tributos ambientales y desarrollo sostenible”, EDICON, Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la C.A.B.A., 2012.
- Ferré Olive, Edgardo Héctor “Tributos, Responsabilidad Social y Administraciones Tributarias”, Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), *Revista de Administración Tributaria CIAT/AEAT/IEF* N° 36, Enero 2014.
- Freeman , R. Edward, “Strategic Management: A Stakeholder Approach”, Pitman, 1984.
- Friedman, Milton “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
- García Calvente, Yolanda “El derecho financiero y tributario ante la Responsabilidad Social de la Empresa”, en “La

Responsabilidad Social Empresarial: un nuevo reto para el Derecho”, Ediciones Marcial Pons, España, 2009.

- García Luque, Elisa “La actividad financiera del estado social globalizado (la prevención de gastos públicos y el tributo de tercera generación), REDF, N° 131, 2006.
- Nieto Antolín, Mariano y Roberto Fernández Gago, “Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management”, Universia Business Review – Actualidad Económica- primer trimestre 2004.
- Núñez, Georgina “La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible”, CEPAL, Serie Medio ambiente y desarrollo, N° 72, Santiago De Chile, 2003.
- Patón García, Gemma “El efecto uniformador de la Globalización en las líneas impositivas medioambientales”, en Fiscalidad Medioambiental: Iniciativas y Orientaciones Actuales, Instituto de Estudios Fiscales (IEF), España, Documento N° 4/2012.
- Robbins S.: “Administracion. Teoría y Práctica”.4a edición. Hispanoamericana S.A., 1994.
- Rosembuj, Tulio “El abuso del derecho y la realidad económica”, Quincena Fiscal Aranzadi, número 5, 2008.
- Rosembuj, Tulio “Minimización del impuesto y responsabilidad social corporativa”. Editorial El Fisco, 2009, Barcelona.
- Ruiz Garijo, Mercedes “Más de diez años de Responsabilidad Social Empresarial. ¿Para cuándo su regulación jurídica y el establecimiento de incentivos fiscales? ” Revista Vasca de Economía Social – Gizarte Ekonomia Euskal Aldizkaria-Gezki, N° 7,2011.
- Sánchez Huete, Miguel Ángel “La responsabilidad social y su fomento de través de normas tributarias”, en “Ética y

Responsabilidad ante la crisis", María Ángeles Árraez Monllor y Pedro Francés Gómez (Eds. Lits.), Ediciones Sider S.C., España, Mayo de 2010.

