

*PORTAL DIFUNDI Y SUMA*

**Título del Proyecto: “El Balance Social como una oportunidad”**

Integrantes:

Director: Marinzalda María Irene

García, Lidia

Moreno, Eduardo Pantano

Avendaño, Nelson

Luego de efectuado el análisis del balance social en empresas turísticas de la Provincia de San Juan y considerado los ítems abordados en las mismas, se propone una ampliación de objetivos considerando la posibilidad de una mirada desde el balance social como una oportunidad que permita fomentar iniciativas en lo social y económico que le aseguren un desarrollo sostenible. La metodología a utilizar es el estudio de caso.

Se han propuesto como objetivos los siguientes

- Descubrir las demandas de los *stakeholders (grupos de interés)* primarios y la búsqueda de coherencia entre los valores empresariales y los sociales en el diseño de las estrategias sociales.
- Describir el alineamiento entre misión y objetivos de la empresa y las estrategias sociales para descubrir si la que la empresa aplica sus recursos, capacidades únicas y competencias centrales en el diseño de dichas estrategias.
- Analizar el uso de recursos, capacidades únicas y competencias centrales que permiten a la empresa diseñar estrategias de diferenciación tanto en sus programas/proyectos/acciones de RSC así como en productos/servicios que creen.
- Caracterizar la institucionalidad de la RSE dirigida a la comunidad interna, a través de: una mayor concentración y menor presión por cumplimiento de metas, por la percepción de valor y consideración de los empleados, estos intervienen en hábitos, conductas y su comportamiento dentro de la empresa, pudiéndose apreciar resultados como: ausentismo, motivación, compromiso, ética empresarial etc.
- Analizar cambios en el desempeño financiero en relación a la valoración por los accionistas, costos, inversión, ventas e ingresos anuales.
- Describir el sistema comunicacional y comercial de la empresa y su influencia en: Reputación corporativa, Fidelización de los consumidores, Posicionamiento, diferenciación de marca y Acceso a nuevos mercados.



INSTITUTO  
DE INVESTIGACIONES  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



*Universidad Nacional de San Juan*

## *PORTAL DIFUNDI Y SUMA*

- Caracterizar la lógica medioambiental de las empresas turísticas en relación a los efectos directos sobre el medioambiente o indirectos ocupando sus recursos.
- Analizar el grado de articulación entre las actividades de la empresa y la legislación que regula dichas actividades.