CAPÍTULO I
CONSIDERACIONES GENERALES

1.1 Alianzas estratégicas…… 05
1.2 Asociatividad……05
1.3 Capital social……... 05
1.4 Ciudadanía empresaria…… 06
1.5 Comportamiento social empresario
(Corporate Social Performance)…… 06
1.6 Confianza……07
1.7 Contabilidad, Reporte y Auditoría Social
(Social Accounting, Auditing & Reporting – SAAR)…..…… 07
1.8 Desarrollo de la comunidad…….. 08
1.9 Desarrollo sustentable……... 09
1.10 Ética…….. 09
1.11 Ética empresarial…… 09
1.12 Filantropía empresaria……... 10
1.13 Gobierno corporativo (Corporate Governance)…..……... 10
1.14 Grupos de interés (Stakeholders)……...……10
1.15 Indicadores sociales……... 10
1.16 Inversiones éticas……... 11
1.17 Marketing social…….. 11
1.18 Responsabilidad social…….. 11
1.19 Tercer sector / organizaciones no gubernamentales……11
1.20 Voluntariado corporativo……12

CAPÍTULO II
EL DESARROLLO INTEGRAL DEL HOMBRE Y DE LA SOCIEDAD

2.1 La necesidad de vivir en sociedad…….. 13
2.2 La necesidad de sobrevivir y preservar la especie…….. 13
2.3 La necesidad de establecer reglas de juego……. 13
2.4 La necesidad de establecer el estado……13
2.5 Necesidad de buscar el desarrollo…….. 14
2.6 La necesidad de incorporar el concepto de distribución social……...14
2.7 La necesidad de satisfacer múltiples dimensiones……..14

CAPÍTULO III
RESPONSABILIDAD SOCIAL

3.1 Responsabilidad…… 16
3.2 Responsabilidad social…….. 16
3.3 Fundamentos para concebir la responsabilidad social……18
3.3.1 Razón social…… 18
3.3.2 Perspectiva económica……..18
3.3.2.1 Significado de inversión……18
3.3.3 Perspectiva social……...18
3.3.4 Perspectiva económica-social…….. 19
3.4 Análisis conceptual de la Responsabilidad
Social de las Empresas……..…….. 19
3.5 Orígenes y evolución del concepto actual de la
Responsabilidad Social de las Empresas (RSE)…… 20
3.6 Responsabilidad Social Corporativa……21
3.6.1 De la filantropía desinteresada a la filantropía
corporativa estratégica……...22

3.6.2 Ciudadanía corporativa……..22
3.6.3 Responsabilidad social corporativa y nociones conexas……...22
3.6.4 ¿Por qué hablamos de RSE o RSC?..... 23
3.6.5 El dilema de Goodpaster y Mathews…… 23
3.6.6 Origen de la RSC……23
3.6.7 Críticas y respuestas a las críticas contra la RSC…… 24

CAPÍTULO IV
ORGANIZACIÓN

4.1 Naturaleza de las organizaciones…… 26
4.2 La aparición de las organizaciones en el mundo del trabajo……...26
4.3 Análisis conceptual de organización……27
4.4 Elementos del concepto de organización……...29
4.5 Conducta del individuo en la organización……29
4.6 Cultura organizacional……...30
4.7 Importancia de la organización……30
4.8 Principios de la organización…… 31
4.8.1 Del objetivo……...31
4.8.2 Especialización……31
4.8.3 Jerarquía……...31
4.8.4 Paridad de autoridad y responsabilidad……..31
4.8.5 Unidad de mando……31
4.8.6 Difusión……31
4.8.7 Amplitud o tramo de control……...31
4.8.8 De la coordinación……...32
4.8.9 Continuidad……...32
4.9 Tipos de organización…… 32

CAPÍTULO V
ORÍGENES Y ANTECEDENTES DEL BALANCE SOCIAL

5.1 …….. 34

CAPÍTULO VI
ANÁLISIS CONCEPTUAL DEL BALANCE SOCIAL

6.1 …….. 36

CAPÍTULO VII
ACTIVOS Y PASIVOS SOCIALES

7.1 Activos……..39
7.2 Pasivos……39
7.3 Patrimonio……39
7.4 Pasivo social……39
7.5 Activo social……40

CAPÍTULO VIII
FINALIDAD, OBJETIVOS Y VENTAJAS DEL BALANCE SOCIAL

8.1 Finalidad del balance social……..42

8.2 Objetivos del balance social…… 42
8.3 Ventajas del balance social…….. 42

CAPÍTULO IX
METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL

9.1 Designación del área responsable y del Coordinador…… 43
9.2 Definición del plan de trabajo……44
9.3 Capacitación…… 48
9.4 Adecuación del modelo…… 48
9.5 Recolección de la información……..49
9.6 Análisis de la información……..49
9.7 Cuadro de balance…… 49
9.8 Presentación a la gerencia……49
9.9 Evaluación……50
9.10 Establecimiento de metas para el próximo período……..50

CAPÍTULO X
VARIABLES E INDICADORES DEL BALANCE SOCIAL

10.1 AREA INTERNA……52
10.1.1 CARACTERISTICAS SOCIO LABORALES DEL PERSONAL…… 52
A. Demografía…….. 53
B. Ausentismo…….. 54
C. Rotación de personal…… 56
D. Jornada laboral……57
E. Salarios y prestaciones……..57
E.1 Salarios……57
E.2 Prestaciones…… 57
E.3 Manejo de planilla……...57
F. Relaciones laborales……..58

10.1.2 SERVICIOS SOCIALES DE LA EMPRESA AL PERSONAL…… 59
A. Salud general…….. 60
A.1 Medicina asistencial……... 60
A.2 Primeros auxilios……60
B. Salud ocupacional (riesgos profesionales)……60
B.1 Medicina ocupacional……60
B.2 Higiene del trabajo……..60
B.3 Seguridad industrial……61
B.4 Accidentalidad…… 61
B.5 Reporte de incidentes…… 61
B.6 Enfermedad profesional……61
B.7 Campañas de prevención…… 61
B.8 Comités paritarios……...61
B.9 Inversión total en programas de salud ocupacional…… 61
B.10 Recursos humanos y sus calificaciones…… 61
C. Vivienda……64
D. Alimentación…… 64
E. Transporte……65

F. Servicios especiales…….. 65

10.1.3 INTEGRACION Y DESARROLLO DEL PERSONAL……..65
A. Información y comunicación…… 66
B. Desarrollo del personal……..67
C. Capacitación…… 68
D. Educación…… 69
E. Tiempo libre…… 69

10.2 AREA EXTERNA……69
10.2.1 RELACIONES PRIMARIAS…… 70
A. Familia del trabajador……70
B. Pensionistas…… 71
C. Accionistas…….. 72
D. Canales de distribución…… 72
E. Consumidor final……73
F. Competencia……... 74
G. Acreedores…….. 74
H. Proveedores…… 75
10.2.2 RELACIONES CON LA COMUNIDAD…….. 75
A. Comunidad local…… 75
B. Sociedad…….. 76
C. Sector publico……..77
10.2.3 RELACIONES CON OTRAS INSTITUCIONES……78
A. Gremios…… 78
B. Medios de comunicación…….. 79
C. Universidad……..80

CAPÍTULO XI
CONTABILIDAD SOCIAL

11.1 Origen y paradigmas de la Contabilidad Social……82
11.1.1 Origen de la Contabilidad Social……..82
11.1.2 El reconocimiento de "la Responsabilidad Social de la Empresa"……83
11.1.3 La contabilidad social: concepto y objetivos…….. 84
11.1.3.1 Conceptos…… 84
11.1.3.2 Objetivos…….. 85
11.1.4 Teorías de la Contabilidad Social…… 85
11.1.5 Principales ramas de la Contabilidad Social……..87

CAPÍTULO XII
AUDITORÍA SOCIAL

12.1 Análisis conceptual……89
12.2 Aplicación práctica de la Auditoría Social…….. 91
12.3 Auditoría Organizacional……...92
12.4 Implementación de la Auditoría Social……92

Bibliografía……94

CAPÍTULO I
CONSIDERACIONES GENERALES

Para esta parte de consideraciones generales hemos tomado como referencia el glosario de términos del Instituto de Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) que nos permitirá afianzarnos en el terreno del Balance Social, términos que son de carácter "técnico" referidos a la relación de las organizaciones empresariales y la sociedad; que describiremos con el fin de clarificar la interpretación del presente documento en su conjunto, según señala IDEA "glosario que hemos sintetizado… y los mismos que han sido tomados principalmente de la literatura norteamericana en ética empresarial".

1.1 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Son los acuerdos o consensos básicos que permiten la acción coordinada de entidades, instituciones, personas físicas y/o el poder público, con el objeto de lograr sinergias que potencien la utilización de recursos.

Las alianzas son posibles de conformar cuando la relación entre esos actores se basa en intereses complementarios o coincidentes, para lo cual cada uno de ellos debe sacrificar, de ser necesario, algunos intereses con el fin de adquirir otros.

El efecto a alcanzar con este instrumento, es el de potenciar un accionar eliminando las trabas causadas por intereses subalternos contrapuestos en aras de la satisfacción de otros objetivos coincidentes de mayor jerarquía.

Las alianzas estratégicas pueden adquirir distintas formas jurídicas (acuerdos de participación o Joint Ventures) y ser permanentes o temporarias, concluyendo éstas últimas con la obtención del objetivo deseado.

1.2 ASOCIATIVIDAD

Es el grado de capacidad desarrollado por una sociedad para que diversos grupos de interés puedan alcanzar consensos, acuerdos o accionares coordinados que apunten a la obtención de objetivos comunes. Por lo general se materializa a través de acuerdos, pactos o alianzas, explícitos y a veces implícitos, de nivel estratégico que regulan la actuación en conjunto de todos los participantes, más allá de sus diferencias entre entidades.

La existencia de un alto nivel de asociatividad evidencia la capacidad de la población para relacionarse y actuar cooperativamente mediante el empleo de redes y concertaciones que garanticen comportamientos confiables, expectativas de reciprocidad y la optimización de resultados.

Por su trascendencia, conforma junto con el grado de confianza existente entre los diferentes actores sociales y las normas de comportamiento cívico por ellos practicadas- una de las bases del Capital Social.

La asociatividad, por su característica aglutinante de masa crítica, provoca sinergias emergentes del beneficio al grupo de las cualidades individuales de sus componentes.

1.3 CAPITAL SOCIAL

Es un stock de conexiones activas entre la gente: confianza, entendimiento mutuo, valores compartidos y comportamientos que ligan a los miembros de una comunidad, haciendo posible la acción cooperativa. Es la aptitud de la sociedad para concretar alianzas o llegar a acuerdos e instrumentarlos, esto es, asociarse en redes comunitarias transversales, no jerárquicas, pluralistas, en constante persecución del bien común, amalgamando incluso distintos niveles sociales en la misma institución o emprendimiento.

Se trata de un recurso moral que potencia las otras formas de capital (activos naturales, activos producidos y capital humano), incrementándose en vez de decrecer con el uso, que está positivamente correlacionado con el crecimiento económico, la estabilidad institucional, la eficiencia judicial, la calidad de la burocracia y una disminución significativa de la corrupción.

La idea de capital social connota la confianza entre los actores sociales, su comportamiento cívico, su capacidad para la asociación, cooperación, cohesión y la solidaridad.

Al existir en una comunidad normas compartidas, se pueden dar las condiciones para realizar negocios en marcos más confiables, posibilitando la existencia de un clima de confianza en el interior de la sociedad, descubriendo los activos no monetarios o bienes intangibles que, puestos en acción, pueden potenciar el desarrollo, y permiten aplicar políticas menos costosas para la resolución de problemas sociales.

1.4 CIUDADANÍA EMPRESARIA

Es la participación de la empresa como integrante del quehacer de la ciudadanía como un todo. Tres principios indican una buena ciudadanía empresaria:

a) Comportamiento ético en los negocios: involucrarse en prácticas honestas y transparentes, establecer altos estándares de comportamiento para sus empleados y ejercer un control ético en los niveles ejecutivos y del directorio.

b) Compromiso con los grupos de interés (Stakeholders): mantener un diálogo genuino que explicite los valores de una institución respecto de:
   - La comunidad, invirtiendo en ella e impulsando una relación recíproca entre ésta y la corporación.
   - Los consumidores, respetando sus derechos, ofreciendo productos y servicios de calidad y proveyéndoles información verdadera y útil.
   - Los empleados, promoviendo un entorno de trabajo amigable, involucrándose en una gestión de recursos humanos responsable, estableciendo un sistema de remuneraciones y recompensas equitativos, manteniendo con ellos una comunicación abierta e invirtiendo en el desarrollo de sus dependientes.
   - Los inversores, brindando un adecuado retorno sobre la inversión.
   - Los proveedores, involucrándose con ellos en prácticas de comercio transparentes.

c) Compromiso con el medio ambiente: mostrando intenciones de desarrollo sustentable y moderando el impacto ambiental negativo que genera, a través de programas de reciclado, tratamiento adecuado de residuos, auditorías ambientales, etc.

1.5 COMPORTAMIENTO SOCIAL EMPRESARIO (CORPORATE SOCIAL PERFORMANCE)

Es la configuración de la organización empresarial en base a los principios de responsabilidad social, los procesos de “Responsividad” (sensibilidad o capacidad de respuesta) social, y los resultados observables para el impacto social de los negocios. Este concepto define a la empresa como una red compleja de grupos de interés interconectados y como una institución social con poder y responsabilidad.

Los principios de la responsabilidad social corporativa que definen la relación estructural entre sociedad, empresa y la gente son:

- Principio de legitimidad institucional: la sociedad otorga legitimidad y poder a las empresas, y éstas deben usar ese poder del modo en que la sociedad lo considere adecuado.

- Principio de responsabilidad pública: las empresas son responsables por los resultados relacionados con sus áreas primarias, secundarias, y de compromiso social. Cada empresa tiene responsabilidades únicas en función al tipo de negocio que se trate, su tamaño, industria, mercados, mix de producto/servicio y demás especificidades.

- Principio de discreción empresarial: los gerentes son actores morales y están obligados a ejercer la discreción disponible con miras a resultados socialmente responsables.

Los procesos de Responsividad Social Corporativa se refieren a los comportamientos de las empresas que amplían sus fronteras. Incluyen:

- Evaluación ambiental

- Gestión de los grupos de interés o Stakeholders (administrar las relaciones de la organización con aquellas personas, grupos y organizaciones que pueden afectar o ser afectadas por las operaciones de la compañía).

- Gestión de los resultados (desarrollando respuestas a problemas sociales que pueden afectar a la institución).

1.6 CONFIANZA

Es la expectativa que tiene una persona, grupo o empresa sobre otra persona, grupo o institución, de un comportamiento éticamente justificable en un emprendimiento conjunto o en un intercambio económico. Es el elemento vital o la “cola” (Glue) que amalgama a las personas físicas o jurídicas bajo una atmósfera de credibilidad y respecto de las reglas de juego.

No es posible mantener relaciones sociales estables ni realizar transacciones económicas eficientes si no existe confiabilidad entre las partes. La desconfianza “encarece” las relaciones económicas y las burocratiza ineficientemente.

Se asume que las personas en cualquier intercambio comercial tomarán decisiones sobre la base del interés personal. Con el fin de evitar que éstos actúen a favor sólo de los intereses personales, suelen instalarse sofisticados métodos de control que, en definitiva, son onerosos sustitutos de la confianza.

Una sociedad con una mayor dosis de confianza es una sociedad más barata, menos alerta, menos estresante que aquella donde la confianza está ausente. La capacidad de confiar elimina trabas, reduce el nivel de burocracia y lubrica las relaciones dentro de un marco social determinado.

1.7 CONTABILIDAD, REPORTE Y AUDITORÍA SOCIAL (SOCIAL ACCOUNTING, AUDITING & REPORTING –SAAR-)

Es el conjunto formado por la medición y registro de información, la evaluación de la performance de la institución comparada con ciertos estándares o expectativas, y la compilación y emisión pública de esa información.

El Informe Social (Social Accounting Auditing & Reporting -SAAR-) no debe ser una herramienta regulatoria sino más bien una norma reflexiva que busca que las instituciones sean proactivas, reflexionen sobre sus prácticas y consideren la demanda de las partes afectadas por sus acciones.

Se orienta a guiar los procedimientos y la toma de decisiones cotidiana en todas las jerarquías. Así el Estado se asegura indirectamente de que los privados tomen en cuenta todas las externalidades resultantes de sus acciones y evita el exceso de leyes que fundamentalmente son

reactivas y se focalizan más en obligaciones y prohibiciones que en aspiraciones o valores a realizar.

Desde un punto de vista estratégico e instrumental, la institución puede esperar beneficiarse económicamente al fortalecer sus relaciones con los grupos de interés. La auditoría social sirve como una herramienta de manejo y prevención del riesgo para una empresa. Además de informar, la compañía puede crear un proceso dentro de ella misma que impulse el comportamiento socialmente responsable, dada su capacidad de transferir información y de diálogo. Estos informes deben:

- Estar orientados a los grupos de interés (Stakeholders), teniéndolos en cuenta a todos y reflejando sus diversos puntos de vista.
- Tener procedimientos estándares para su confección.
- Ser verificados por auditores independientes, para asegurar la precisión y veracidad de la evaluación.
- Ser confeccionados en forma anual, comparables con otras instituciones, y que permitan establecer planes para mejoras futuras.
- Darse a publicidad.
- Brindar información clara, oportuna, y con suficiente grado de desagregación sobre la actividad integral de un ente en lo relativo a su performance social. Los indicadores adoptados deben ser uniformes año a año, lo que permitirá establecer comparaciones, tendencias y proporciones dentro de la industria y de la comunidad toda.

Se establecieron ocho principios que permiten juzgar la calidad de los informes sociales: inclusividad, comparabilidad, integridad, evolución, sistemas y políticas de gerenciamiento, verificación externa y mejora contínua.

1.8 DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

El desarrollo de la comunidad es la operación armónica de la sociedad civil, organizada detrás de objetivos de bien común. Puede concebirse como un instrumento por el cual mediante organización y educación de las colectividades se promueve la participación conciente de la población en el planeamiento y ejecución de programas de beneficio colectivo, jugando un importante papel en el campo de la motivación para producir cambios de actitud favorables al progreso, permitiendo acelerar la integración de fuerzas que intervienen en el desarrollo general.

El desarrollo de la comunidad es la promoción de la persona en el aspecto personal (por una exigencia implícita en su naturaleza humana) y en el comunitario (porque hay un compromiso hacia los otros y hacia la historia).

Tiene como objetivo principal la movilización de recursos humanos e institucionales mediante la participación activa y democrática de la población, en el estudio, programación, ejecución y evaluación de programas que se desarrollan en el ámbito de comunidades de base, destinados a mejorar el nivel y calidad de vida.

Se trata de esfuerzos y de acciones organizadas con la iniciativa y dirección de la misma gente involucrada en el programa, aunque para su despegue hayan necesitado de la acción de agentes externos y durante su desarrollo requieran diferentes formas de asistencia técnica.

1.9 DESARROLLO SUSTENTABLE

Es la concepción del desarrollo que sostiene que la armonía entre éste y el medio ambiente puede y debe constituir una meta universal. Dicha armonía no es un estado fijo sino un proceso de cambio por el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación de los procesos tecnológicos y la modificación de las instituciones concuerdan tanto con las necesidades presentes como con las futuras.

La idea de desarrollo sustentable implica límites no absolutos, sino limitaciones que impone al uso de los recursos del medio ambiente, el estado actual de la tecnología y de la organización social, así como las capacidades de la biosfera de absorber los efectos de las actividades humanas.

Es satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la supervivencia de las generaciones futuras.

1.10 ÉTICA

Proviene del vocabulario griego ethos que significa "costumbre o manera habitual de actuar". Moral viene del latín mos, moris y significa lo mismo. En sentido amplio es:

- El estudio sobre "lo que nosotros deberíamos hacer".
- Se refiere a lo que uno debe hacer en cuanto perteneciente a un grupo.
- Es normativa. Son las acciones que deberíamos realizar en cuanto a lo bueno o malo, correcto o incorrecto, sabio o no sabio.
- Se basa en una concepción sobre la naturaleza humana.

En el sentido estricto social: La moralidad es un conjunto de reglas para un grupo, sean grupos naturales como las sociedades, culturas, la humanidad o las asociaciones (por elección). Dichas reglas o principios o ideales, el grupo las acepta para que se apliquen a ellos mismos y a los comportamientos de los otros. La presión para cumplirla es social; no necesita ser una ley sancionada por una autoridad. Todos participan en impulsarla, culpando, recompensando, castigando, apreciando.

Ética es entonces el estudio de las normas que rigen la conducta en cuanto que el hombre es miembro de grupos sociales. La ética desea encontrar un conjunto de principios o reglas que sean tenidos por buenos por todos los seres racionales.

El relativismo sostiene que no existen reglas o normas de comportamiento en toda circunstancia, tiempo y lugar y que deben haber reglas específicas para sociedades individuales y aún para individuos.

En el sentido estricto filosófico: Ética es el estudio de la acción y conducta humana en cuanto buena o mala. Se basa en una visión del hombre como ser libre y cuya naturaleza está ordenada hacia un fin último que es su felicidad.

La ética es una ciencia práctica que busca dirigir la acción del hombre para que alcance esa felicidad. Dada la naturaleza gregaria del hombre, su fin lo cumple en un grupo social. Allí debe desarrollar hábitos buenos para su bien y el bien común.

Los principales hábitos buenos o virtudes son la prudencia (saber qué es lo bueno aquí y ahora) y la justicia (tener la voluntad permanente de dar a cada uno lo que le corresponde).

Aristóteles decía que no se estudia ética para saber lo que es la virtud sino para saber cómo volverse virtuoso y bueno; de otra manera sería un estudio completamente inútil.

1.11 ÉTICA EMPRESARIAL

Es el estudio de las conductas habituales de los integrantes de la empresa con respecto a las distintas partes interesadas (stakeholders), en lo relativo a su cualidad de integrar.

La conducta íntegra refiere a la honestidad, coherencia y justicia en la toma de decisiones. Estas conductas generan confianza, intangible necesario para el contexto empresarial.

La justicia hace referencia al cumplimiento de los acuerdos o contratos y al respeto por la dignidad humana (el hombre como destinatario final de las actividades económicas). Se opone a "integridad" el concepto de "corrupción", que significa el quiebre de confianza en la administración de bienes que no son propios a la obtención de beneficios y el acceso a tratamientos preferenciales a los cuales legalmente no se tiene derecho.

1.12 FILANTROPÍA EMPRESARIA

Describe las contribuciones de las empresas en causas de caridad, instituciones educativas y otras organizaciones sin fines de lucro. Considera tanto a las monetarias, en especie, así como a las que adoptan otras modalidades, ya que, en forma creciente, ha ido incluyendo el ofrecimiento de empleados voluntarios, experiencia de gestión, becas y recursos tecnológicos.

La filantropía empresaria mejora las relaciones públicas, incrementa la moral y productividad de los empleados, satisface a los grupos de interés (stakeholders) y beneficia a la imagen de la compañía.

La expectativa de reciprocidad indicaría que la firma espera un beneficio en retorno de su dádiva, pero no siempre el interés propio se opone al bien para la mayoría, ya que el que da es miembro de la comunidad que recibe la recompensa.

1.13 GOBIERNO CORPORATIVO (CORPORATEGOVERNANCE)

En un sentido amplio, se refiere al impacto que generan las decisiones de los ejecutivos a cargo de áreas funcionales o regiones sobre los distintos grupos de interés (stakeholders).

En un sentido más estricto, se refiere exclusivamente al impacto de las decisiones del Directorio, en su relación entre dirección e institución. El saludable equilibrio entre los diversos órganos (Directorio, Comité de Auditoría, Sindicatura, Gerencia, Auditoría Externa, etcétera) es considerado un factor trascendente en el gobierno de las empresas.

1.14 GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

Un Stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por una institución. En sentido amplio, el término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, gobierno, medios de comunicación, etc.

Una definición más estrecha considera que los Stakeholders de una firma son los proveedores, clientes, empleados, aportantes de capital y las comunidades. La palabra Stakeholder es un giro sobre la palabra Stockholder (accionista) para resaltar que las empresas pueden tener obligaciones mucho más amplias que las que la teoría económica tradicional asumió originalmente. Este concepto se usó por primera vez en el Stanford Research Institute en 1963, definiendo a los Stakeholders como aquellos grupos sin cuyo apoyo la institución dejaría de existir.

1.15 INDICADORES SOCIALES

Se trata de parámetros, unidades de medida, índices de comportamiento, cuantificables y expresados en unidades monetarias, físicas o relacionales que explicitan - consideradas individualmente o en su conjunto características mensurables respecto de un accionar relacionado con lo social.

Los sistemas indicadores que refieren a lo social representan un intento sistemático e integrado para conceptuar, operacionalizar y medir la diversidad de aspectos que conforman un concepto de bienestar, permitiendo que se pueda examinar la viabilidad de una comunidad a largo plazo, basándose en el grado en que sus sistemas económicos, medioambientales y sociales sean eficientes e integrados.

1.16 INVERSIONES ÉTICAS

Consiste en realizar inversiones en compañías seleccionadas en función de una serie de criterios éticos previamente establecidos. El rápido crecimiento de este mercado de inversiones es un incentivo más para que las empresas expongan de qué manera cumplimentan su responsabilidad social.

Existen organizaciones que han desarrollado parámetros variados para detectar compañías no-éticas: grado de compromiso medio-ambiental, diversidad en los empleados, relaciones laborales, seguridad y salud ocupacional, filantropía e inversión en la comunidad, actividades internacionales, venta o producción de armas y otros.

1.17 MARKETING SOCIAL

El marketing con causa social es un proceso en el cual una empresa adopta sus decisiones de marketing con un triple objetivo: interés empresarial, satisfacción del consumidor y el bienestar a largo plazo de éste y de la sociedad en su conjunto.

Son acciones que desarrolla la empresa para lograr el compromiso de los consumidores con un determinado comportamiento de interés social y que favorece al mismo tiempo la posición o la imagen de la empresa en los mercados. Al adicionar a sus competencias básicas un comportamiento ético y socialmente responsable, las empresas obtienen el respeto de las personas y comunidades que son impactadas por sus actividades, y reciben a cambio el reconocimiento de sus colaboradores, así como la preferencia de los consumidores.

1.18 RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad social supone que la institución no sólo tiene obligaciones legales y económicas sino también ciertas responsabilidades hacia la sociedad, que se extienden más allá de esas obligaciones. (Mc. GUIRE, 1963)

El concepto de responsabilidad social de la empresa engloba las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene sobre las organizaciones en un momento dado. (A. CARROLL, 1979).

Esto significa llevar el comportamiento de la institución a niveles congruentes con las normas, valores y expectativas sociales prevalecientes. Es la adopción por parte de la empresa de una posición consistente en el activo compromiso de participar como ciudadana, contribuyendo a resolver los problemas de desarrollo de la sociedad y construirla como comunidad democrática, sustentable y solidaria. El cuidado del medio ambiente y la mejora en la calidad de vida de la comunidad son objetivos de toda la sociedad, y los entes que se insertan en ella no pueden estar ausentes de participación y construcción sin responsabilidad.

1.19 TERCER SECTOR / ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

Este sector está formado por organizaciones de propiedad y control privados, pero cuya existencia tiene por finalidad la satisfacción de necesidades públicas o sociales y no la acumulación de riqueza privada (P. DRUCKER, 1968)

La aparición y crecimiento de organizaciones no gubernamentales se debe entre otras cosas a que las organizaciones mercantiles no llegan a la demanda no solvente y el Estado no tiene recursos para garantizar la cohesión social.

El tercer sector de la economía refiere por lo tanto a un lugar que no ocupan el sector público ni el sector mercantil. Lo que define y diferencia a estas organizaciones es el intercambio social y la reciprocidad, aunque a menudo con consecuencias económicas tanto para los beneficiados como para el benefactor. Llenan un espacio en expansión, vinculado a las nuevas necesidades sociales insatisfechas (“mercados incompletos”) y cumplen con un papel de primer orden en la organización de mercados relacionados con las nuevas necesidades sociales emergentes. Desde este ángulo, resultan ser instituciones idóneas en la medida en que:

- Identifican con eficacia las mutaciones sociales.
- Integran una fuerte motivación y vocación de sus promotores y miembros.
- Combinan de forma flexible el trabajo profesional remunerado con el trabajo voluntario, reduciendo los costos de las prestaciones.

1.20 VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El voluntariado social consiste en que ciudadanos asociados libremente, tengan por finalidad llevar adelante los principios que sustentan el accionar solidario con perspectiva comunitaria, sin percibir remuneración alguna, destinando al entorno social tiempo, conocimientos, recursos financieros y físicos. De esta manera se atiende a necesidades de diversas comunidades y se es consecuente con motivaciones personales de distinta índole: religiosas, culturales, filosóficas, sociales, políticas.

El voluntariado corporativo es un ejercicio de la ciudadanía empresaria, a través del accionar de los miembros de una empresa, con las características propias del voluntariado social, pero en el marco de la institución.

El trabajo voluntario realizado a partir de las empresas proporciona a sus empleados la oportunidad de participar en forma constructiva, creativa y solidaria a favor de la sociedad. Una vez establecida y consolidada la iniciativa, se instala de forma irreversible en la cultura organizacional, modificando positivamente la imagen por parte de todos aquellos directa o indirectamente relacionados con la institución. Extiende, profundiza y enriquece el campo de percepción de las personas, estableciendo fuertes vínculos que trascienden el área específica de los negocios.

Visto de esta manera, el voluntariado corporativo materializa una poderosa herramienta a tener en cuenta, particularmente para el desarrollo de todo lo que se relaciona con el entorno interno y externo de cada institución, a través de las diversas líneas de acción que cada organización defina como parámetros de ejercicio de su ciudadanía empresaria.

CAPÍTULO II
EL DESARROLLO INTEGRAL DEL HOMBRE Y DE LA SOCIEDAD

2.1 LA NECESIDAD DE VIVIR EN SOCIEDAD

FERNÁNDEZ, M. et al (1990: 23-26) señala que hubo un momento en la historia de la humanidad cuando el individuo entendió que viviendo aislado de los demás y en forma completamente autónoma, era incapaz de sobrevivir en un medio hostil y desarrollarse como persona. Decidió entonces, agruparse.

2.2 LA NECESIDAD DE SOBRIVIVIR Y PRESERVAR LA ESPECIE

Las necesidades de sobrevivencia como el alimento, el techo, la bebida y la defensa contra el medio físico, son fundamentales. La forma de responder a ellas hace relación con el trabajo: pesca, caza, laboreo del campo, pastoreo, construcción, etc., es decir, relaciones de índole económica.

2.3 LA NECESIDAD DE ESTABLECER REGLAS DE JUEGO

Pero pasar de un desempeño individual a una vida colectiva implicó la necesidad de establecer por convención reglas de juego que permitieran dentro de las características de individualidad y de egoísmo de seres humanos, la posibilidad de una convivencia pacífica. Nace así, la vida social.

Es la comunidad de intereses su origen, y estos elementos de importancia compartida se convierten en los valores sociales que era menester salvaguardar. Sobre ellos se construye la estructura normativa, la cual define el quehacer, las obligaciones y los derechos, las permisiones y prohibiciones, bajo cuyo cumplimiento se viable la vida en comunidad

2.4 LA NECESIDAD DE ESTABLECER EL ESTADO

Todo ello significa que alguien debería velar no sólo por el cumplimiento de la norma, sino por la satisfacción de las necesidades más fundamentales de la comunidad entera. Nace entonces así el concepto de orden social, de control social, de presión social y por lo tanto, el concepto de lo político. Comienza a hablarse del Estado, del Gobierno y del País, como conceptos muchas veces entendidos y utilizados como equivalentes, pero con sus precisiones y matices propios en realidad.

Lo importante en este momento no es definir ni discutir la precisión de tales términos, sino entender que hay un ente social responsable por le orden y el bienestar de la comunidad en general.

A través de múltiples sistemas y mecanismos, la colectividad designa grupos y personas para que se encarguen de esta función y les entrega autonomía para la consecución de los medios que le permiten cumplir con su responsabilidad. Es lo que podríamos denominar la función social del Estado.

BUSCHNELL, Ch. J. (1999) Define a la función social como: “Serie de actividades realizadas por un grupo organizado de personas de una sociedad en servicio de sus miembros. Las funciones realizadas como servicios organizados por grupos sociales tienden a hacerse más especializadas, interdependientes y eficaces a medida que la sociedad se va tornando más complicada, extensa y orgánicamente unida. Las clases generales de funciones que tienen su origen en las necesidades elementales del individuo son las de mantenimiento físico, instrucción intelectual, regulación moral y apreciación estética”.

Es claro entonces, que si bien cada individuo debe aportar sus capacidades individuales al logro de su bienestar, también es evidente que cuando se trata de la colectividad, es el Estado el primer responsable de su satisfacción y desarrollo.

2.5 NECESIDAD DE BUSCAR EL DESARROLLO

Ahora bien, si entendemos la economía como "el estudio de los medios empleados por le hombre para organizar los recursos naturales, los progresos culturales y su propio trabajo, a fin de sostener y fomentar su bienestar material" (BUSCHNELL, Ch. J. 1999), y que aquella puede manifestarse bajo formas como la artesanal basada en los productos del trabajo manual sin auxilio de la energía mecánica, o como la colectora, cazadora, pescadora, pastoril o agrícola, basada en la recogida de plantas alimenticias, en la obtención de carne de diferentes animales, etc. o como la industrial fundamentada en el uso de la máquina para la producción en serie, vemos claramente cómo estos conceptos van llevando a una visión del desarrollo sustentado en lo económico y medido a través de indicadores de crecimiento tales como: volúmenes de producción, márgenes de utilidad, relación importaciones-exportaciones, productividad, etc.

Estos parámetros sirven para comparar unos países con otros y hablar de naciones o continentes desarrollados, e vía de desarrollo o subdesarrollados.

Nadie puede discutir o negar la importancia de tales resultados y la incidencia que lo económico puede tener en el desarrollo de los pueblos. Si una nación no produce alimentos o no los puede importar, su población muere de hambre. Si un país no produce nada para sí o para otros y todo lo debe traer, difícilmente sobrevive.

2.6 LA NECESIDAD DE INCORPORAR EL CONCEPTO DE DISTRIBUCIÓN SOCIAL

Sin embargo, las cifras estadísticas de orden económico no son suficientes para determinar si efectivamente un país es desarrollado o no. Así por ejemplo:

- ¿Qué significa un ingreso per cápita de US $ 5,000 si es el resultado de un promedio aritmético del ingreso muy alto de muy pocos y el ingreso muy bajo de la mayoría?

- ¿Qué significa una cifra de crecimiento en el número de viviendas si una gran parte de la población no tiene acceso a ella?

- ¿Qué significa unos volúmenes altos de producción agrícola si ésta sale de país y no revierte en sus pobladores?

- ¿Qué significa altos índices de incremento de las exportaciones, si éstos no tienen retorno como capitales al país de origen?

- ¿Qué significa tener altos índices de crecimiento económico, si éstos indicadores macroeconómicos no llegan a la gran mayoría?

- ¿Qué significa tener en las empresas altos índices de rentabilidad y productividad si éstos no son revertidos entre los trabajadores?

Entonces, el concepto de desarrollo no puede tener una mera acepción económica. Debe incluir forzosamente el concepto de distribución social.

2.7 LA NECESIDAD DE SATISFACER MÚLTIPLES DIMENSIONES

El ser humano es individual y es social. Ello significa que sus necesidades cubren múltiples dimensiones, además de la meramente económica:

- Tiene una dimensión familiar,
- Una dimensión cultural,
- Una dimensión intelectual
- Una dimensión política
- Una dimensión relacional
- Una dimensión biológica
- Una dimensión espiritual o trascendental

Es por lo tanto, un ser multifacético y necesita desarrollar simultáneamente aunque a diferentes ritmos, todas sus facetas. Esta es la razón para hablar del desarrollo del hombre como integral.

De ahí que la función social del Estado debe abocarse a la búsqueda del desarrollo integral de la sociedad. Y ello significa atender a todos los hombres sin excepción y en todas sus dimensiones. Por ello el desarrollo económico entendido como crecimiento no ha sido suficiente para entender la función social del Estado, sino que los resultados deben poder ser distribuidos entre los ciudadanos de tal manera que puedan satisfacer adecuadamente sus necesidades polifacéticas.

La razón de ser de la sociedad es el individuo social y él es su objetivo. Todo su funcionamiento debe estar por lo tanto en función del grupo humano que le dio origen. Dentro de este concepto de función social del Estado, es donde tiene su asiento el de RESPONSABILIDAD SOCIAL.

CAPÍTULO III
RESPONSABILIDAD SOCIAL

3.1 RESPONSABILIDAD

Existen varios significados de la palabra responsabilidad**,** así por ejemplo:

- Como la imputabilidad o posibilidad de ser considerado sujeto de una deuda u obligación (ejemplo: "Los conductores de vehículos automotores son responsables por los daños causados por sus máquinas").

- Como cargo, compromiso u obligación (ejemplo: "Mi responsabilidad en la presidencia será llevar a nuestro país a la prosperidad").

- Como sinónimo de causa (ejemplo, "una piedra fue la responsable de fracturarle el cráneo").

- Como la virtud de ser la causa de los propios actos, es decir, de ser libre (ejemplo: "No podemos atribuirle responsabilidad alguna a la piedra que mató al pobre hombre, pues se trata de un objeto inerte que cayó al suelo por azar").

- Como deber de asumir las consecuencias de nuestros actos.

Responsable es aquel que conscientemente es la causa directa o indirecta de un hecho y que, por lo tanto, es imputable por las consecuencias de ese hecho (es decir, una acumulación de significados previos de responsabilidad), termina por configurarse un significado complejo:

- El de responsabilidad como virtud por excelencia de los seres humanos libres. En la tradición kantiana, la responsabilidad es la virtud individual de concebir libre y conscientemente las máximas universalizables de nuestra conducta.
- Para HANS Jonas, en cambio, la responsabilidad es una virtud social que se configura bajo la forma de un imperativo que, siguiendo formalmente al imperativo categórico kantiano, ordena: “obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la Tierra”. Dicho imperativo se conoce como el "principio de responsabilidad".

3.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL

Se suele llamar responsabilidad social a la imputabilidad de una valoración positiva o negativa por el impacto que una decisión tiene en la sociedad. Se refiere generalmente al daño causado a la sociedad o parte de ella por las acciones o las no-acciones de otro individuo o grupo. Por ejemplo: "La responsabilidad social de las empresas transnacionales es muy grande".

También se designa así el compromiso de una persona con su propia sociedad. Ejemplo: "Juan decidió abrir su consultorio médico en el campo, porque tiene un gran sentido de responsabilidad social".

Mientras que en la tradición kantiana, como se señaló líneas arriba, la responsabilidad es la virtud *individual* de concebir libre y conscientemente las máximas universalizables de nuestra conducta, por un lado. Por otro, para HANS Jonas, en cambio, la responsabilidad es una virtud *social* que se configura bajo la forma de un imperativo que, siguiendo formalmente al imperativo categórico kantiano, ordena: “obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la Tierra”. Dicho imperativo se conoce como el "principio de responsabilidad", de gran importancia en ecología (lo que significa que la responsabilidad ambiental puede concebirse como una forma de responsabilidad social).

Desde el punto de vista de la organización social, la responsabilidad social se diferencia de la responsabilidad jurídica por carecer de un proceso institucionalizado de adjudicación, es decir,

no existen tribunales especializados en juzgar la responsabilidad social que no esté prevista en normas jurídicas.

La responsabilidad social se diferencia también de la responsabilidad política porque no se limita a la valoración del ejercicio del poder a través de una autoridad estatal (en los ejemplos ofrecidos arriba, precisamente, los sujetos responsables son una empresa privada y un profesionista).

En el contexto actual, la responsabilidad social de inversionistas y empresas es un tema de creciente interés, pues ante el alejamiento entre los primeros y las sociedades afectadas por sus conductas en el contexto de la globalización económica son cada vez menos efectivas las formas anteriores de responsabilización (como el patriotismo económico de inversionistas y empresarios o los controles jurídicos y políticos internos de un país).

Por otro lado, una ORGANIZACIÓN cualquiera no puede existir aislada de relaciones con múltiples sectores de la sociedad. Por el hecho de producir bienes y servicios necesita de un grupo humano que realice las tareas conducentes al logro de su razón social. Sin trabajadores no puede funcionar, pero ellos no funcionan tampoco en forma adecuada si la organización no responde a las expectativas generadas por el contrato de trabajo; compensación, capacitación, estímulos, promoción, participación, etc.

- Si no hay inversionistas, la organización no puede ni siquiera iniciar sus actividades. Y los inversionistas esperan una redituabilidad de su capital.

- Los proveedores facilitan a la organización las materias primas de toda índole necesaria para el cumplimiento de sus objetivos

- Los clientes o consumidores son los que justifican la continuación del negocio, pues si no hay quién compre, la producción sobra.

- El consumidor espera de la organización un producto o servicio de calidad, con información, con apoyo y a un precio justo.

- La comunidad local y la sociedad en general espera de la organización que a través de sus procesos no se contamine el medio ambiente, se genere empleo.

- El Estado por su parte espera de la organización el pago oportuno y completo de sus impuestos, el cumplimiento de sus normas.

Situaciones similares suceden con otros sectores como la familia del trabajador, la Universidad, el gremio, etc.

Estas especies de OBLIGACIONES se constituyen en una responsabilidad de las organizaciones, es decir su RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Si la organización es consciente de su responsabilidad y actúa por convicción por voluntad propia o bien porque los sectores con quienes se relaciona ejercen un papel de grupos de presión que la obligan a reaccionar.

Una organización tiene su razón de ser específica y ésta no es precisamente la de reemplazar a la función social del Estado, Sino su responsabilidad es la DE CONTRIBUIR A LA FUNCIÓN SOCIAL DEL ESTADO en al medida del cumplimiento de sus fines y objetivos como organización

3.3 FUNDAMENTOS PARA CONCEBIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

3.3.1 RAZÓN SOCIAL

Toda organización tiene una razón social y un objetivo de carácter económico y nadie discute esta finalidad. No importa la aplicación que se dé a las utilidades o remanentes, lo que sí es cierto es que si la organización no genera un rendimiento tiende a desaparecer.

Si la razón social es la de producir bienes o servicios a cambio de unos ingresos monetarios, o si su objetivo es el de prestar servicios a la comunidad sin ningún ámbito de lucro, detrás de cualquiera de estas actividades hay un objetivo económico que le permite mantenerse en el tiempo: La diferencia entre el primer tipo de organización y el segundo, es la aplicación de los excedentes. En un caso, los excedentes van a los inversionistas, y en el otro caso se aplican a los gastos de administración o revierten nuevamente a la comunidad.

3.3.2 PERSPECTIVA ECONÓMICA

Para quienes defienden el objetivo económico de las organizaciones: **"Las empresas insolventes no emplean a nadie, las naciones en quiebra no tienen escuelas ni hospitales".** Y esta afirmación no puede convertirse, so pena de negar los hechos mismos.

Para DRUCKER, Peter y Milton FRIEDMAN: **"La primera responsabilidad de un negocio es la productividad y el crecimiento"** y el ejercicio de la responsabilidad social es del Estado. De esta forma "Las empresas deben rechazar el aceptar una responsabilidad cuando ésta no tiene una legítima autoridad sobre la política social, y aquellas no la tienen".

Añaden como segundo argumento en favor del objetivo económico de las organizaciones que **"la inversión en el logro de metas sociales requiere el sacrificio de la productividad".**

3.3.2.1 SIGNIFICADO DE INVERSIÓN

Es evidente que toda organización se crea para que perdure en el tiempo y es cierto que si la inversión no produce rentabilidad, ella no puede permanecer. ¿Dónde está pues el sofisma de distracción?

- Es necesario entender que el concepto de **INVERSIÓN** tiene el sentido de **futuro** y que ninguna inversión económica o financiera, salvo la de la especulación, puede tener una rentabilidad en el corto plazo. Por tanto, cualquier erogación de orden económico, tecnológico, financiero o administrativo – en la misma forma cualquier erogación en el campo de lo social – atenta contra la utilidad en el corto plazo. Es decir, que desde este punto de vista son tan malas las erogaciones económicas como las sociales: Pero si el concepto de erogación no es el de "gasto" sino de "inversión" y ésta es buena, es tan favorable la económica como la social.

- La **ORGANIZACIÓN** es no solamente un ente económico por su objetivo de rentabilidad, sino que es además, un ente **social**. Es social porque es creada por personas; es social porque sus procesos son llevados a cabo por personas; y es social porque sus beneficiarios son personas o grupos sociales. Al respecto COOLIDGE dice que "ninguna empresa puede existir sólo para sí. Ella provee a alguna gran necesidad y realiza algún gran servicio no para sí, sino para otros, abandonada esta dirección, deja de ser rentable y deja de existir".

3.3.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Si no hay compradores para los productos, la organización manufacturera desaparece; si no hay ahorradores o inversión la Banca desaparece; si no hay poblaciones a donde ir, o familias, o centros de educación no existirían las obras civiles; si no hay estudiantes la universidades se cierran; si no hay enfermos los hospitales no tienen razón de existir. Es decir, sin personas no existiría la sociedad y sus diferentes grupos estructurados. Es clara, la función u objetivo social de las organizaciones además de su fin económico.

3.3.4 PERSPECTIVA ECONÓMICA-SOCIAL

En esta perspectiva se trata de lograr una coexistencia de los objetivos económicos con los objetivos sociales. Ya no se trata de negar la legitimidad de la utilidad financiera, sino de cuestionarse ¿Cuánta utilidad? Si la existencia de lo social es un requisito para que la utilidad se dé, así también parte de tal utilidad debe revertir en lo social para poder lograr la permanencia en el tiempo. De lo dicho se desprenden dos conclusiones:

- Las organizaciones tienen dos objetivos: económico y social.

- Si bien es cierto que la función social es primordialmente del Estado, también aparece el papel de contributor de la organización al cumplimiento de tal función.

3.4 ANÁLISIS CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Según DWIGHT W. Justice el concepto de Responsabilidad Social de las Empresas ha evolucionado a través del tiempo y del espacio. Así se tiene por ejemplo en cuenta las siguientes definiciones acerca de este concepto:

- La responsabilidad social implica el compromiso de una empresa de ocuparse de su papel en la sociedad – como productora, empleadora, vendedora, cliente y miembro de la ciudadanía – de manera responsable y sostenible. Ese compromiso puede incluir una serie de principios voluntarios – más allá de las exigencias legales estipuladas – con los que se busca que la empresa tenga una repercusión positiva en las sociedades donde desarrolla sus actividades.

- La responsabilidad social de las empresas son las acciones que van más allá de lo estipulado por la ley. No es algo que implique hacer el bien y ni siquiera alude a hacer ver que se está haciendo el bien; se refiere a reconocer la responsabilidad de una empresa hacia todos los grupos a los que concierne su acción y a actuar respondiendo a sus intereses.

- La responsabilidad social de las empresas es la relación global de la corporación con todas las partes a las que atañen sus actividades. Eso abarca a los clientes, empleados, comunidades, propietarios/inversores, gobiernos, proveedores y competidores. A través de prácticas eficaces de RSE, las organizaciones alcanzarán un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales, responderán a las expectativas, reclamos e influencias de las partes implicadas y sostendrán el valor de los accionistas.

- La RSE es un concepto por el cual, de manera voluntaria, las empresas incorporan cuestiones sociales y medioambientales a sus operativos y a su interacción con las partes implicadas. Su carácter voluntario es uno de los elementos más recurrentes en las distintas definiciones de la RSE, al igual que el énfasis que se pone en las iniciativas empresariales y en la gestión de la repercusión social, así como la idea de que las empresas deben tomar en cuenta los intereses de las partes implicadas en su funcionamiento.

- En ocasiones, los interrogantes sobre el significado de la RSE suscitan a su vez dudas sobre lo adecuado de la expresión RSE. Hay quienes prefieren hablar de RE (responsabilidad empresarial) porque creen que el término «social» no abarca el medio ambiente. Otros prefieren hablar de RO (responsabilidad de las organizaciones) o de RS (responsabilidad social) porque no creen que se deban efectuar distinciones con las empresas comerciales o tratarlas de manera diferente a otras organizaciones o incluso gobiernos.

- Hay, asimismo, quienes prefieren el término «ciudadanía empresarial», con su correspondiente connotación de considerar a la empresa como una persona, que tiene tanto derechos como responsabilidades. En todo caso, la expresión «responsabilidad social de las empresas» se utiliza con mayor frecuencia que las demás.

- Otros consideran la responsabilidad social como la obligación moral que adquiere una organización de contribuir a la satisfacción de las expectativas creadas a partir de su relación con los sectores con los cuales debe interactuar para el cumplimiento de su razón social

En todos los casos la RESPONSABILIDAD SOCIAL de las Organizaciones es decir el cumplimiento de su objetivo social, debe poder ser medido así como se mide el LOGRO DEL OBJETIVO ECONÓMICO a través de los ESTADOS FINANCIEROS y otros mecanismos.

3.5 ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (RSE)

DWIGHT W. Justice, señala que la actual forma de la Responsabilidad de las Empresas (RSE) surgió en los años noventa y representa una convergencia de ideas y evoluciones. La fuente más significativa del actual concepto de RSE fue la preocupación por el medio ambiente. Está vinculada a la idea de desarrollo sostenible, elaborada por la Comisión Brundtland a finales de los años ochenta y aceptada por la Cumbre de la Tierra de Río en 1992. Durante ese período, los sindicalistas desempeñaron un papel fundamental al vincular el medio ambiente a los aspectos sociales. También consiguieron que se reconociera la existencia de una dimensión social de la sostenibilidad, que se convirtió en parte integrante del concepto de desarrollo sostenible.

Uno de los motores más importantes de la RSE es la idea de que a la empresa le conviene asumir esa responsabilidad. Uno de los orígenes de esta idea es la convicción ampliamente aceptada de que las medidas buenas para el medio ambiente también pueden serlo para el rendimiento financiero de una empresa. Otro de los aspectos de la influencia medioambiental sobre el concepto de RSE consiste en que el rendimiento no financiero de una empresa se puede medir objetivamente, al igual que pueden hacerse informes, auditorías y certificados al respecto, de manera similar al proceso que se sigue para medir, efectuar informes, auditorías y certificados del rendimiento financiero de una empresa. Este pensamiento fue el causante de la rápida y difundida aceptación de la idea de «triple fundamento», en la que se vincula el rendimiento financiero de las empresas con su rendimiento medioambiental y social.

Sin embargo, otro de los aspectos de la influencia medioambiental es el enfoque ecológico de las cuestiones sociales representadas en el concepto de partes implicadas. Se considera que estas partes implicadas son toda persona o grupo de personas que se ven afectadas por las actividades de una empresa. Se espera que las empresas enfoquen las cuestiones sociales determinando la «repercusión» de sus actividades, al igual que los defensores del medio ambiente reclaman que las empresas determinen la repercusión que sus actividades tienen en el medio ambiente (o la huella que dejan).

Otro de los orígenes del concepto actual de RSE se puede encontrar en las consecuencias de las políticas de liberalización, desregulación y privatización de los últimos veinte años. La RSE, teniendo adeptos como diversos gobiernos que buscan instaurar «políticas de bajo costo y poco mantenimiento», se adapta bien al crecimiento de las alianzas público-privadas y a la creciente utilización de ONG como proveedoras de servicios en nuevas formas de filantropía. Una opinión que cuenta con muchos seguidores es la de creer que a medida que la empresa asume mayor cantidad de las tareas que la sociedad previamente esperaba que desempeñaran los gobiernos, aumentan las expectativas de las empresas con respecto a sus responsabilidades sociales.

Una tercera fuente del concepto actual de RSE se encuentra en las evoluciones que se dieron en los códigos de conducta que adoptaron las empresas, destinados a aplicarse a las prácticas laborales de sus proveedores y subcontratistas. Esos «códigos de proveedores» fueron

una respuesta a la publicidad negativa vinculada a la explotación y otras prácticas laborales abusivas en los procesos de producción de mercancías de marcas famosas. Dichos códigos plantearon interrogantes en cuanto a la manera en que las empresas que los adoptaban podían ponerlos en práctica y a cómo podían demostrar al público que realmente se respetaban. La búsqueda de respuestas a estas preguntas que motivaron la elaboración de muchísimas normas privadas en el ámbito social y dieron origen a una industria de inspectores privados del trabajo, o auditores sociales, así como a iniciativas pluriparticipativas que repercutieron profundamente en el fenómeno de la RSE.

Los códigos de proveedores fueron importantes en la evolución del concepto de RSE porque se ocuparon de cuestiones relativas a la responsabilidad empresarial planteadas por dos evoluciones significativas y de largo plazo.

La primera de ellas fue la repercusión de las nuevas formas de organización empresarial y de las relaciones laborales, originadas en gran medida por la subcontratación. Las cadenas internacionales de producción (cadenas de valor) cada vez más elaboradas fueron facilitando que las empresas eludieran sus responsabilidades, al tiempo que diversas presiones hacían más difícil que muchos gobiernos, especialmente los de los países en desarrollo, pudieran cumplir con sus responsabilidades.

Una segunda evolución, relacionada con este fenómeno, fue la creciente importancia de factores no tangibles como las marcas y la reputación como determinantes del valor de una empresa. Los códigos de proveedores se convirtieron en una forma de «controlar los riesgos» que corre la reputación de una marca. Se elaboraron asimismo otros códigos y sistemas de gestión encargados de ocuparse de otros riesgos inherentes a la reputación, como los sobornos y los escándalos por corrupción. El control de los riesgos pasó a ser uno de los principales componentes de la posición favorable de las empresas hacia la RSE, y los códigos de conducta pasaron a ser una característica primordial de la misma.

Finalmente, otro de los orígenes del concepto actual de la RSE es la incorporación a este concepto de las ideas relativas al desarrollo de los recursos humanos (DRH) en lo concerniente a retención o formación de la mano de obra. Las teorías y las prácticas existentes en este ámbito se adaptan bien al concepto de RSE. Las empresas pasaron a describir sus políticas de DRH como un aspecto de su responsabilidad social hacia sus empleados o «partes implicadas» como prueba de que al buscar la competitividad lo hacían tomando la «autopista». Casi nunca se hace referencia a las relaciones laborales ni a la negociación colectiva, incluso cuando el tema mismo es el de las relaciones de la empresa con sus empleados. Por supuesto, la repercusión de una exitosa retención de empleados en la empresa es menos significativa en el caso de las empresas que hacen fuera de sus predios la mayor parte del trabajo.

Además, estos tipos de políticas de DRH no pueden desempeñar un gran papel en las industrias con alta densidad de mano de obra y bajas calificaciones que operan en entornos donde no se respetan los derechos humanos básicos.

3.6 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Aunque no hay un criterio de consenso respecto al concepto de **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, también llamada **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**, la misma puede definirse como la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor añadido.

La Responsabilidad Social Corporativa, va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medioambiente son el punto de partida.

El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de

realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Bajo este concepto de administración y de *management* se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

Como parte de la RSC destaca el interés por la sostenibilidad. Además, caben en ella las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías, como son: la *democracia corporativa* (las relaciones de poder al interior de la empresa); el espíritu de cooperación de la empresa (*kyosei* en japonés) con sus clientes, proveedores, competidores, gobiernos; los compromisos de transparencia que adquieren las empresas con la sociedad y que se hacen efectivos a través de la rendición de cuentas en forma, normalmente, de informes o memorias anuales verificables por organismos externos; la *ciudadanía corporativa* entendida como los derechos y obligaciones de la empresa dentro de la comunidad a la que pertenece.

Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables.

La RSC puede enfocarse a mejorar:

- La calidad de vida laboral;
- El medio ambiente;
- La comunidad donde está instalada la empresa;
- El *marketing* para desarrollar una comercialización responsable;
- La ética empresarial.

3.6.1 DE LA FILANTROPÍA DESINTERESADA A LA FILANTROPÍA CORPORATIVA ESTRATÉGICA

Las empresas han comenzado a adoptar la RSC no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas, los inversionistas, etc. (también llamados en conjunto *Stakeholders*). La RSC es también una actividad estratégica en la competencia comercial. Adicional.

La empresa desempeña un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Las grandes empresas son conscientes de ello y aprovechan las expectativas que genera la RSC para obtener ventajas competitivas (ayudan ayudándose). La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y cada vez más forma parte de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.

3.6.2 CIUDADANÍA CORPORATIVA

Las empresas como miembros de una comunidad deben comportarse como “buenos ciudadanos corporativos”, ajustados a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente. En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental.

3.6.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y NOCIONES CONEXAS

La RSC se relaciona con el movimiento "ética de negocios" (*Business Ethics*) y el de comercio justo. Sin embargo, las acciones filantrópicas de una empresa o de un empresario son conexas a sus actividades centrales, mientras que la RSE es una de las dimensiones de la actividad principal de la empresa. La RSC se funda en una ética empresarial, pero no se confunde con ella pues va más allá de la mera formulación de valores y postulados éticos (la RSC es la puesta en práctica de una ética empresarial, generalmente asociada a fines comerciales

estratégicos). Lo que se conoce como *comercio justo* es un tipo de actividad empresarial que reivindica el hecho de ser socialmente responsable, pero no la única.

El concepto de inversión socialmente responsable (ISR) es conexo al de RSE, pero enfocado en la decisión del inversionista, no en la del empresario. El concepto de innovación socialmente responsable es la convergencia de fines filantrópicos con necesidades de desarrollo de nuevas tecnologías y productos (para ello, las donaciones de la empresa sirven también como *tests* o pruebas de bajo costo).

El concepto de consumo socialmente responsable (CSR) se enfoca a una perspectiva individual de las personas consumidoras, en la medida que introducen entre sus criterios de decisión de compra los éticos, sociales, laborales, ecológicos y solidarios. El gran problema para su efectivo desarrollo estriba en la falta de información y transparencia de las empresas. A menudo se simplifica a criterios de exclusión, es decir, dejar de comprar productos y servicios de compañías cuyas conductas poco responsables han aparecido en prensa.

Finalmente, el concepto de territorios socialmente responsables (TSR) se vincula con programas, en general impulsados por administraciones públicas locales, para desarrollar proyectos de cooperación entre el sector público, el empresarial y el tercer sector (ONGs).

3.6.4 ¿POR QUÉ HABLAMOS DE RSE O RSC?

Hay una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y de la responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiendo que ésta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no e independiente de su tamaño. Aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

Sí es unánime la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todo los y las ciudadanas, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

Es necesario decir que con frecuencia, se abrevian indistintamente las tres para referirse a la responsabilidad social corporativa. En todo caso la RS se aplica no sólo a las compañías privadas. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo.

3.6.5 EL DILEMA DE GOODPASTER Y MATHEWS

La RSC ha trascendido los círculos expertos más reducidos para instalarse en el debate público, como consecuencia del papel que desempeñan y del impacto que suponen hoy por hoy las empresas en las sociedades en que operan. KENNETH E. GOODPASTER y John B. MATHEWS, Jr., entre otros, han formulado el siguiente dilema: las empresas multinacionales son tan poderosas que es peligroso que se inmiscuyan en temas sociales y políticos, pero también lo es que solamente se dediquen a maximizar sus ganancias.

En consecuencia, si entrando en temas sociales y políticos, tienen posibilidades ciertas de aumentar sus ganancias, simplemente lo harán.

3.6.6 ORIGEN DE LA RSC

Algunos autores señalan el origen del movimiento por la RSC en la década de los treinta y otros en los setenta, pero lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSC, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas

que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes:

- *Global Compact* (Pacto Mundial) de Naciones Unidas
- *Global Reporting Initiative* (*Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global*)
- OCDE, con sus líneas directrices en materia de RSC

Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la RSC, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país. Algunas de las más significativas se encuentran en la siguiente lista:

- ACERAS.org (Acciones Eticas y Responsabilidad Social)
- BlogResponsable.com
- ECODES.org (Fundación Ecología y Desarrollo)
- European Coalition for Corporate Justice
- Gabinet d'Estudis Socials (GES)
- Fundación Empresa y Sociedad
- Fundación Codespa
- Fundación Entorno
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa
- Red Puentes
- Responsables.biz
- WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)y sus Capítulos locales
- FUNDEMAS(RSE en El Salvador y Centroamérica)

Como documento decisivo acerca de la RSC en Europa, destaca el llamado *libro verde* europeo sobre ésta. El artículo 116, de la ley francesa sobre nueva reglamentación económica del 2001, incluso impone la obligación jurídica a las empresas, de informar acerca de sus acciones de índole social. En Brasil, la coalición presidida por el izquierdista Luis Ignacio "LULA" Da SILVA, en la que participan numerosos empresarios, ha promovido la RSC y existe un proyecto de *Ley de Responsabilidad Social* de octubre del 2003. Existen normas oficiales acerca de la RSC como la norma SA 8000 (*Social Accountability Standard 8000*) impulsada por el *Council on Economic Priorities* y aplicada por SAI.

Según la ONG Accountability en un ranking de los 108 países cuyas empresas tienen un mayor grado de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, los líderes son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda.

3.6.7 CRÍTICAS Y RESPUESTAS A LAS CRÍTICAS CONTRA LA RSC

Algunos sectores de izquierda son críticos de las corrientes que promueven la RSC por considerar que ésta sirve sobre todo como una forma de publicidad empresarial. Ellos destacan la paradoja de empresas nocivas para la salud o para el ambiente que pretenden mejorar su reputación mediante un discurso retórico acerca de la RSC (por ejemplo, una empresa de cigarrillos que compra el tabaco a campesinos pobres para contrarrestar las críticas sobre el cáncer de pulmón).

Del mismo modo, las críticas que pueden encontrarse están dirigidas a cómo la empresa capitalista construye un nuevo paradigma en cuanto a la intervención directa del capital en lo que podría llamarse la "**gestión del riesgo social**" o del conflicto social. Es decir: frente a un proceso de acumulación y concentración de capital a gran escala en el marco del proceso de Globalización del capital -maximizado en los ´90-, se ha potenciado también la concentración del ingreso y por ende la brecha entre ricos y pobres.

Este incremento de la pobreza a raíz de esa concentración de riqueza en pocas manos, ha generado exclusión y conflictos sociales en ascenso. La RSC vendría a dar respuesta por parte del capital para "gestionar" dichos conflictos a fin de aplacar su ebullición y generar mecanismos

sistémicos de contención social sin necesidad de alterar las relaciones sociales establecidas. También las críticas hace referencia al progresivo alejamiento de las empresas de fijar sus comportamiento basándose en parámetros regulados por ámbitos políticos que representan la conformación de gobiernos elegidos democráticamente por voluntad popular (como ser la readaptación de derechos del Pacto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU, o del Pacto de Derechos Civiles y Políticos de la ONU).

Otra de las críticas que también tiene que ver con el objetivo de la RSC es en cuanto a la tendencia a la liberalización y mercantilización de la economía: las normas ISO vienen también a cumplir ciertas necesidades del capital para globalizar la producción y circulación de mercancías, pugnando por el "acceso a mercados" (apertura de mercados nacionales) y la "facilitación del comercio" (estandarización y liberalización del comercio), en consonancia con directivas de organismos como la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Otras críticas provenientes de los sectores sindicales toman parte de esta visión sobre RSC, y a ello suman su crítica centrada en el paulatino abandono por parte de las empresas transnacionales del "**tripartidismo**" dentro de los organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), donde funciona dicha práctica basada en la participación de los sectores empresarios, de los trabajadores y del Estado en el mencionado organismo para el dictado de resoluciones vinculantes.

Algunos economistas liberales, como Milton FRIEDMAN (monetarista), consideran que la única responsabilidad social de la empresa debe ser la **generación de ganancias** en favor de sus dueños, accionistas y trabajadores en un marco de competencia libre y abierta. Si la empresa sacrificase ganancias en nombre de la responsabilidad social -piensa FRIEDMAN- sería menos atractiva para inversionistas, trabajadores y consumidores, y a la larga perecería frente a los competidores.

La RSC no constituye necesariamente una forma de responsabilidad jurídica, porque bien puede no estar prevista en las leyes y descansar simplemente en la libre decisión de las empresas. Sin embargo, incluso cuando no está respaldada en la ley, la violación de un compromiso social puede costarle a las compañías fuertes críticas en la opinión pública (sanciones mediáticas) e incluso una pérdida de accionistas (sanciones bursátiles).

Algunos estudios de caso ilustran la manera cómo una empresa suele tener interés comercial en ser socialmente responsable.[6] Ello no constituye una respuesta a la crítica de FRIEDMAN (pues el principio de FRIEDMAN, el del lucro, sigue cumpliéndose), sino que la modifica, pues es posible obtener más ganancias al administrar de manera socialmente responsable. En las empresas modernas, la Responsabilidad Social Empresarial es más que un conjunto de prácticas puntuales, es más bien un programa integrado y reconocido de prácticas y políticas socialmente responsables, que soporta la toma de decisiones y conlleva al éxito del negocio a largo plazo.

La empresa, sin embargo, sigue funcionando como una entidad cuyo principal objetivo es el **lucro**, pero adaptándose a las exigencias de un nuevo mercado cada vez más preocupado por los problemas sociales y ecológicos que la misma produce.

Mucho de lo que se relaciona con la RSC es de cuestión moral. En este sentido los temas morales bien pueden ser definidos por quien lo invoca. Por ejemplo, las empresas no pueden establecer parámetros de lo que ellas consideran que debe ser la participación social. Algo más adecuado sería que el sector al que se hace referencia sobre dicha participación -en este caso sectores sociales- defina por sí mismo los parámetros con los que entiende que debería ser esa participación social, por ejemplo.

CAPÍTULO IV
ORGANIZACIÓN

4.1 NATURALEZA DE LAS ORGANIZACIONES

En el origen y evolución de las organizaciones se dan una multitud de factores que según algunos autores se pueden resumir en cuatro: técnicos, legales, estructurales e individuales. Todas las organizaciones reposan sobre aspectos técnicos y así mismo dan valor, por lo general, al avance de la tecnología, a la vez que dependen de una normativa legal y están definidas por la estructura social que a su vez se pueda facilitar el desarrollo de dichas organizaciones. Así mismo, aspectos del individuo como la racionalidad y la inclinación por alcanzar metas mediante la utilización de los medios de los que se disponga, contribuirán al desarrollo de las organizaciones.

4.2 LA APARICIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN EL MUNDO DEL TRABAJO

En el desarrollo de las organizaciones dentro del marco del trabajo, podemos distinguir, según SCHNEIDER, tres fases principales:

a) Sistema gremial: Los gremios eran asociaciones de comerciantes y artesanos que pretendían ayudarse, protegerse y relacionarse mutuamente. Proporcionaban una cooperación fraternal pero también ejercían un control económico y frecuentemente tenia gran influencia política. Se basaba en un sistema de relaciones en el que los aprendices, oficiales y maestros poseían diferentes cometidos y obligaciones. El trabajo realizado no era especializado y no se utilizaba maquinaria en la producción.

b) Sistema domestico: una de las características principales de este sistema fue que, a diferencia del gremial, el lugar físico de trabajo se transfiere del taller al artesano al hogar. En este tipo de sistema el artesano elabora el producto y se lo entrega al comerciante que lo venderá en el mercado. De esta forma el artesano es un asalariado del comerciante el cual provee de materias primas y paga al artesano por su labor. Esto confirió un mayor y progresivo poder económico a los comerciantes. Algunos problemas como la imposibilidad de introducir maquinaria, la falta de orden y lo laborioso del proceso de producción, mostraron la falta de efectividad e este tipo de sistema.

c) Sistema fabril: consistía principalmente en que a los trabajadores -ahora obreros- , se les reúne en un mismo lugar físico para la producción del bien –la fabrica-, se les provee de formación y herramientas y se les paga con un salario. El control y la supervivencia sobre los empleados aumenta, mientras los gastos para los empresarios disminuyen significativamente. De igual forma aumenta la mecanización y la introducción de nuevas tecnologías para la producción. El interés principal consistía en aumentar la productividad y reducir los costes. Por otra parte, las relaciones laborales entre empresarios y trabajadores se alternan: el obrero ofrece sus servicios y el propietario remunera dichos servicios mediante un salario, sin preocuparse de incentivar los recursos humanos de la empresa.

Ya en nuestro siglo, con el desarrollo de las modernas ciudades industriales aparecen una serie de características a nivel económico, sociopolítico y laboral. Surge un nivel mayor de especialización en el trabajo, un aumento espectacular de las industrias – y en especial en los últimos tiempos del sector servicios, se ha generalizado la descentralización del trabajo y la sociedad de consumo. Han aparecido los sindicatos como fuerza laboral, las grandes ciudades metropolitanas, los servicios sociales y la educación obligatoria. Por ultimo, han cobrado un poder ilimitado los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías incorporadas al proceso de producción.

Además de los beneficios que para la sociedad contemporánea representa el hecho de disponer de toda esa amplia gama de organizaciones, hasta el punto de que son precisamente

esas organizaciones las que actúan como estabilizadores de la sociedad, las organizaciones también han encontrado todo lo negativo del ser humano. Drogas, asesinatos, muertes violentas, guerras, manipulación, destrucción progresiva del entorno y desastres ecológicos y la despersonalización del individuo han sido producto también de esas mismas organizaciones. Hay que decir, no obstante, que todos esos problemas han sido lugar a su vez a la aparición de otras muchas organizaciones que perseguían la corrección de los mismos.

Así pues aparecieron organizaciones como las instrucciones sanitarias, las instituciones educativas, la administración estatal, los sindicatos, y asociaciones de tipo voluntario entre otras muchas.

4.3 ANÁLISIS CONCEPTUAL DE ORGANIZACIÓN

RODRIGUEZ, R. José (1999) indica que lo primero que se constata al aproximarse al tema de la organización es una enorme diversidad de definiciones por lo que no parece inapropiado hablar también aquí de una "jungla teórica"(KOONT, H. (1961). Hay definiciones como la del Diccionario de la Real Academia Española (organización = efecto o acción de disponer las cosas de forma ordenada) donde organizar es definido como “ordenar”, pero no se dice qué es ese ordenar. Otras identifican organización con "sistema de acción conscientemente coordinado" (BARNARD. 1938).

La primera aproximación al concepto de organización a la que nos vamos a referir es la de WEBER, que ya en 1922 define al grupo corporativo como una relación social que o bien esta cerrada o bien limita la admisión de personas ajenas mediante la imposición de reglas y normas.

ETZIONI en 1964 concibe a la organización como una unidad social que pretende alcanzar un fin. Según ETZIONI, las organizaciones están caracterizadas por la división del trabajo, por sistemas de comunicación y por las competencias del poder.

SCOUT en 1964 tiene una perspectiva sobre la organización concibiéndola como un colectivo sistemático creado para alcanzar metas relativamente especificas sobre una base continua. Las características de las organizaciones para este autor rebasan sus objetivos concretos. Estas características son: la existencia de unos límites que se construyen en la organización respecto a su entorno exterior, un autoridad jerárquica, un sistema de comunicación y un sistema de retribuciones.

Enmarcado en su teoría sociológica de la que ha brotado el "comunitarismo", ETZIONI (1964) concebía la organización como entidad social deliberadamente creada y recreada para alcanzar objetivos concretos. Se caracterizaría por la división del trabajo, el poder y las responsabilidades en la comunicaciones; divisiones no producidas por azar o por tradición, sino de forma deliberada.

Para MAYNTZ (1972) toda organización posee tres notas comunes. En primer lugar constituyen formaciones sociales como un preciso numero de miembros y en la que va a haber una diferenciación interna de las funciones. En segundo lugar están dirigidas hacia una finalidad específica. Y en tercer lugar poseen una configuración racional con el objeto de alcanzar dichas metas específicas.

KATZ y colaboradores (1978), en un marco de referencia a la teoría cibernética, definen la organización como: un sistema abierto, en los que el input de energía y la conversión del output en posteriores inputs energéticos consiste en transacciones entre la organización y su entorno. Esos sistemas articulan otros diferenciados según funciones y coordinados, y se realizan a través de un sistema de roles. Una organización humana constituye una estructura artificial, con propiedades únicas, una estructura que consiste en actos o eventos más que de componentes físicos invariables

PORTER, LAWLER, HACKMAN (1975) delimitan cinco notas esenciales en una organización:

- Estar compuestas de individuos y grupos
- Constituirse para la consecución de fines y objetivos específicos
- Utilizar para ello la diferenciación de funciones, y
- La coordinación racional de las mismas,
- Manifestar cierta permanencia temporal y delimitación espacial.

PORTER, LAWLER Y HACKMAN adoptan un enfoque sintético y proponen que las organizaciones están constituidas por individuos y grupos, dirigidas hacia objetivos racionalmente coordinados y con permanencia en el tiempo, en las que se utilizan elementos de producción, se adoptan decisiones y se asumen riesgos con el fin de producir bienes y/o servicios y obtener beneficios.

WEINERT (1985) pretende reunir todos los puntos de vista en una única definición: una organización es un conjunto colectivo con limites relativamente fijos e identificables, con una ordenación normativa, con un sistema de autoridad jerárquico, con un sistema de comunicación y con un sistema de miembros coordinados; este conjunto colectivo esta formado por una base relativamente continua dentro de un entorno que lo rodea y se dedica a acciones y actividades que normalmente tienden a una meta final u objetivo, o una serie de metas finales u objetivos.

SCHEIN (1988) especifica algo más: organización sería así la "*coordinación racional de las actividades de un cierto número de personas que intentan conseguir una finalidad y objetivo común y explícito mediante la división de funciones y del trabajo, a través de una jerarquización de la autoridad y la responsabilidad*" .

ABRAHAMSSON (1993) define las organizaciones como estructuras configuradas según un plan diseñado por una persona, grupo, o clase con el deliberado y expreso propósito de conseguir ciertos objetivos, objetivos dentro de los intereses del mandante, y a con frecuencia opuestos a otros intereses. La organización es empleada como recurso por distintos agentes como medio para realizar esfuerzos racionales y planificados. La razón de su existencia es la realización de un trabajo, o de un proceso de producción (material o inmaterial).

Este uso racional de este recurso es limitado por factores económicos, técnicos y políticos que delimitan el marco de la acción racional, el horizonte o área en que son relevantes los motivos de la conducta.

La teoría (instrumental de ABRAHAMSON) de la organización se enfrenta con tres problemas mayores:

- Cómo puede hacerse más eficiente la organización
- Cómo puede ser más representativa
- Cómo sus actividades podrán satisfacer intereses y conseguir objetivos del mandante.

Con respecto a la composición, todas las definiciones coinciden en que se trata de entidades sociales en las que los individuos toman parte y en las que actúan. En lo que se refiere a los métodos, lo común esta en la división de funciones y los métodos de coordinar y dirigir las acciones. En cuanto a la orientación, las organizaciones van a tener un carácter instrumental ya que son entidades sociales que sirven para hacer, conseguir o alcanzar alguna cosa. Para finalizar, uno de los aspectos comunes de las organizaciones seria su continuidad en lo que se refiere a la permanencia temporal de las mismas.

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ (1998) resume las características comunes de las organizaciones actuales en cuatro. Toda organización seria: a) un sistema social y técnico artificial en permanente proceso de cambio, b) un ecosistema que desarrolla su actividad en continua

interacción con el entorno, c) una fuente de satisfacción e insatisfacción para los miembros que la constituyen y finalmente d) la imagen mas vigorosa y con mayor presencia de nuestra sociedad.

Por otra parte no hay que olvidar otros aspectos que inciden en la organización como el entorno, ya que en las organizaciones actuales una de sus características principales es su gran interdependencia respecto al entorno exterior; la misión de la organización, es decir, que tipo de empresa es, como son sus productos y que tipo de dirección sigue; la finalidad, que será la obtención de beneficios tanto económicos como sociales posibilitando su supervivencia; la estrategia de la organización, esto es, que camino se debe seguir para la consecución de los objetivos propuestos por la organización, esto es, que camino se debe seguir para la consecución de los objetivos propuestos por la organización, siempre teniendo en cuenta el entorno – competidores, proveedores y consumidores - y la relación con nuestros empleados – organizar e implicar -; y para concluir, la gestión y la dirección, ya que la función esencial de la organización es satisfacer sus necesidades y estimular a los empleados a trabajar en equipo, a formarse y a implicarse con el proyecto.

4.4 ELEMENTOS DEL CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN

Los elementos básicos del concepto son:

Estructura. La organización implica el establecimiento del marco fundamental en el que habrá de operar el grupo social, ya que establece la disposición y la correlación de funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos

Sistematización. Esto se refiere a que todas las actividades y recursos de la empresa deben de coordinarse racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.

Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades. Organizar implica la necesidad de agrupar, dividir y asignar funciones a fin de promover la especialización.

Jerarquía. La organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de responsabilidad dentro de la empresa.

Simplificación de funciones. Uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera posible.

Así, podemos decir que la organización es el establecimiento de una estructura donde habrá de operar un grupo social, mediante la determinación de jerarquías y la agrupación de actividades, con el fin de obtener el máximo aprovechamiento posible de los recursos y simplificar las funciones del grupo social.

Existe una red de relaciones personales y sociales, no establecidas ni requeridas por la organización formal pero que se producen espontáneamente a medida que las personas se asocian entre sí, se conoce como: organización formal.

4.5 CONDUCTA DEL INDIVIDUO EN LA ORGANIZACIÓN

La persona es un todo integrado. Cuando ingresa en una organización aporta el conjunto de las habilidades, destrezas, sueños y metas que posee, junto con otros aspectos que posiblemente no solo no interesan a la organización, sino que además intentara minimizar dado que no colaboran con los objetivos organizacionales.

Sin embargo, el comportamiento organizacional estará ineludiblemente determinado por dichas variables psicológicas individuales, que en ocasiones llegan a plantear cuestiones no previstas por los modelos normativos e ideales de la organización.

Esta deberá prestar atención a los fenómenos individuales e informales que la determinan en buena medida.

Estudios sobe dicho tema concluyen que la organización existente se filtra en cada individuo como una organización percibida única y personal. Cada sujeto pone en marcha mecanismos cognitivos de atención, motivación y de percepción en general que determinaran en buena medida la naturaleza y frecuencia de su conducta en la organización.

Junto con ese factor de percepción subjetiva hay que destacar la importante dimensión motivacional. Las personas actúan en la organización en función de sus expectativas y la fuerza de convicción en la consecución de las metas que poseen y desean alcanzar.

Las personas además de un todo son únicas y por tanto posee parámetros que le diferencian de los otros.

Tal principio se aplica frecuentemente en el área de selección de los recursos humanos, por ejemplo. A su vez la persona no solo aporta conocimientos, habilidades y actitudes, sino que dada la demanda y competitividad organizacional, en funciona del puesto que ocupe y las exigencias del rol desempeñado, deberá someterse a procesos de formación constante.

4.6 CULTURA ORGANIZACIONAL

Podemos definir la cultura de una organización como el pegamento social y normativo que permite a sus miembros tener una identidad y además poder comunicarse y cooperar en torno a un proyecto común.

Los ámbitos conceptéales que abarca la cultura en las organizaciones son: los sistemas de valores y ética de la gestión, la ideología y el comportamiento. Los valores funcionan como faros morales y normativos que orientan la conducta de los miembros del grupo en ciertas situaciones. Señalan lo que esta bien o es correcto para la organización y aquello que no lo es.

Cada unidad departamento y grupo comparten unos modos de actuar que dan pie a la existencia de subculturas e incluso contraculturas dentro de la cultura matriz de la organización.

A través de habituales modelos de interacción tanto formales como informales, consolidados históricamente en el día a día de la organización, los individuos logran imbuirse en la cultura de la organización, disminuyendo así la ansiedad ante las situaciones que debe afrontar siguiendo las pautas fijadas por la organización.

Es por ello por lo que el concepto de cultura organizacional deberá ser coherente y consistente con la cultura a nivel nacional para que el funcionamiento de esta sea óptimo. La cultura no es tangible pero se manifiesta de múltiples modos, por un lado, en forma de mitos, ritos, historias y leyendas que ensalzan la organización y sus héroes creencias –como ya hemos comentado- y manifestaciones físicas como SCHEIN sugiere, la capa mas externa o visible de la cultura: arquitectura, logotipos, imagen, uniforma, etc.

Por ultimo la cultura organizacional es considerada fuerte o débil en función del poder de influencia que ejerce en la conducta de sus miembros, es decir, en la medida ñeque facilite la identificación de la persona con los esquemas de percepción y actualización de la organización.

4.7 IMPORTANCIA DE LA ORGANIZACIÓN

- Es de carácter continuo (expansión, contracción, nuevos productos).
- Es un medio que establece la mejor manera de alanzar los objetivos.
- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con el mínimo de esfuerzos.
- Evita lentitud e ineficiencia.

- Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades.

- La estructura debe reflejar los objetivos y planes de la empresa, la autoridad y su ambiente.

4.8 PRINCIPIOS DE LA ORGANIZACIÓN

La mayoría de los autores coinciden que existe por lo menos nueve principios que dan la pauta para establecer una organización racional.

4.8.1 DEL OBJETIVO

Este principio se refiere a que todas las actividades establecidas en la organización deben estar relacionadas con los objetivos y propósitos de la empresa. Esto nos dice que la existencia de un puesto solo es justificable si sirve para alcanzar los objetivos establecidos y no se deben hacer gastos innecesarios en puestos que no contribuyen en nada a lograr los objetivos.

4.8.2 ESPECIALIZACIÓN

Este principio afirma que el trabajo de una persona debe limitarse, hasta donde sea posible, a la realización de una sola actividad. El trabajo se llevará a cabo más fácilmente si se subdivide en actividades claramente relacionadas y delimitadas. Mientras más especifico y menor sea el campo de acción de un individuo, mayor será su eficiencia y destreza.

4.8.3 JERARQUÍA

Este principio se refiere a la necesidad de establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes, en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan en línea clara e ininterrumpida, desde el mas alto ejecutivo hasta el nivel mas bajo. Este principio establece que la organización es una jerarquía

4.8.4 PARIDAD DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

Esto se refiere a que a cada grado de responsabilidad debe corresponder el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad. Por ejemplo, no se le puede hacer responsable de un trabajo a una persona, sino se le otorga la autoridad para poder realizarlo; y de igual manera, no se le puede dar autoridad a un empleado, sobre determinado trabajo, sino se le hace responsable por los resultados.

4.8.5 UNIDAD DE MANDO

Este principio establece que al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un solo jefe; y los subordinados no deberán reportar mas de un superior porque si el empleado recibe ordenes de mas de un solo jefe, esto solo le ocasionara confusión, ineficiencia y fuga de responsabilidad.

4.8.6 DIFUSIÓN

Este principio nos dice que las obligaciones de cada puesto que cubren autoridad y responsabilidad, deben publicarse y ponerse por escrito, a disposición de todos los miembros de la empresa que tengan relación con dicha autoridad y responsabilidad. Por
otra parte la relación de labores no debe hacerse con demasiado detalle.

4.8.7 AMPLITUD O TRAMO DE CONTROL

Debe haber un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportar a un ejecutivo, de manera que este pueda realizar sus funciones con eficiencia. Lyndall URWICK dice que un gerente no debe ejercer autoridad directa a mas de cinco o seis subordinados, con el fin de asegurar que no este sobrecargado y pueda, en determinado momento, atender funciones de mayor importancia.

4.8.8 DE LA COORDINACIÓN

Siempre deberán mantenerse en equilibrio las unidades de una organización. El administrador debe buscar el equilibrio adecuado en todas las funciones

4.8.9 CONTINUIDAD

La empresa debe mantenerse, mejorarse y ajustarse constantemente.

4.9 TIPOS DE ORGANIZACIÓN

BURNS Y STALKER (1961) diferencian entre organizaciones orgánicas y mecánicas, atendiendo a variables como son la naturaleza del entorno y la naturaleza del trabajo para su inclusión en una u otra. Estos autores plantean que las organizaciones mas flexibles presentaran mejores niveles de adecuación a los entornos cambiantes e inestables. Tanto el modelo mecánico como el modelo orgánico se presentan como polos opuestos de un mismo continuo.

BLAU Y SCOUT clasifican a las organizaciones en función de a quien beneficia la existencia de la misma, categorizando cuatro tipos:

- Asociaciones de beneficio mutuo – beneficia a los miembros de la organización-,
- Las entidades comerciales – benefician a los dueños y gerentes,
- Las organizaciones de servicios - benefician a los clientes - y
- Las organizaciones de bienestar común - benefician al público general.

MINTZBERG (1979) señala que la efectividad de las organizaciones depende del funcionamiento de un conjunto de relaciones entre el diseño de la estructura, la tecnología, el tamaño, la edad de la organización y las condiciones del sector en el que opere.

Esta interrelación de elementos va a generar cinco tipos de organización que van a poder ser ubicadas en un continuo:

- Las burocráticas-maquinas,
- Divisionalizadas,
- Burocracias profesionales,
- Las de estructura simple y
- Las adhocráticas.

La primera englobaría a organizaciones con realización de tareas simples y entornos estables y tranquilos –burocráticas-maquinas-, mientras que el polo opuesto del continuo encontraríamos organizaciones con tareas y entornos extremadamente variables y cambiantes – adhocracia.

Las organizaciones formales se distinguen por variables esenciales como son objetivos, proceso de trabajo, magnitud y complejidad, las organizaciones informales integran a las personas, disminuyen la monotonía y la fatiga del trabajo, facilitan la comunicación y mejoran el prestigio y la personalidad de los sujetos.

La organización racional busca la máxima efectividad mediante el logro de un conjunto de objetivos determinados. Los individuos no participan en la elaboración de las metas, implicando, por tanto, una pobre visión del ser humano en la organización. Los sistemas de control son férreos y las estructuras tenderán a estar centralizadas y jerarquizadas. La organización natural viene caracterizada por centrar su atención en las características de los participantes, en sus relaciones y en su estructura conductual mas que en las características de orden o control.

La organización como sistema cerrado se caracteriza como aquellas organizaciones que se ha desarrollado para alcanzar un determinado objetivo mediante el procedimiento más racional y rentable. La organización como sistema cerrado en mecánica, estable y segura.

Una crítica que se le puede hacer a la organización como sistema cerrado es el fuerte papel que desempeñan los factores externos a la organización como sistema abierto. De hecho los factores internos explican por si solos muy poco sobre los procesos internos de la organización. Por tanto, la organización como sistema abierto se presenta como una unidad que no es autónoma, sino que se mantiene en interacción constante y reciproca con otras unidades que la rodean. Es necesario subrayar la interdependencia de todas las partes del sistema y su interdependencia con el entorno, independientemente de la complejidad y variabilidad de la naturaleza de su estructura y de la variabilidad del medio con el que se relacione.

En esta tipología de organización los límites de la misma no se encuentran perfectamente delimitados tal y como sucede en la organización como sistema cerrado, más no significa que desaparezcan. Esto implica que los sujetos que pertenecen a este tipo de organizaciones realizan un proceso de inclusión parcial dentro de la misma, es decir, parte de sus actividades las realizan dentro de sus limites y parte de sus actividades fuera.

CAPÍTULO V
ORÍGENES Y ANTECEDENTES DEL BALANCE SOCIAL

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

En esa época, una coalición formada por liberales, estudiantes, periodistas, consumidores y ecologistas, comenzó a criticar duramente la política de industrialización a ultranza, 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 (Corporate Responsibility) y con la denominación de Auditoría Social (Social Audit), se procuró cuantificar en términos monetarios los beneficios y perjuicios sociales directamente relacionados con las políticas laborales emprendidas por las instituciones.

Esta traducción del esfuerzo social de las organizaciones en términos cuantitativos ocultó, de alguna manera, su verdadera faz social, por lo que la concepción norteamericana resultó insuficiente para los investigadores de los países europeos que también comenzaban a preocuparse por el tema.

Durante la década del 70 - tanto en los ámbitos empresariales como académicos europeos continuaron elaborándose sistemas de información social más complejos, particularmente en Alemania, España, Francia, Holanda e Inglaterra.

En Francia se dio la primera definición legal de Balance Social. Para la ley francesa, que data del año 1977, el Balance Social (obligatorio para las empresas que ocupan más de 300 personas) es un instrumento de información global retrospectiva, mediante el uso de ciertos indicadores referidos básicamente al ambiente social interno.

Desde entonces, los Balances Sociales fueron evolucionando, en su profundidad y alcance. Su implementación permite cumplir con los objetivos fundamentales: información, planeamiento, transparencia, gestión y concertación. Su empleo contribuye a la gestión empresaria, facilitando el registro, evaluación y control -con fines de mejoramiento progresivo- del desempeño social de la organización.

A los indicadores normalmente utilizados en el ámbito interno (características sociolaborales del personal, servicios sociales que la institución presta a sus empleados, integración y desarrollo de los mismos, etc.), se sumaron los que evidencian una mayor preocupación por evaluar la gestión de la organización en relación con la demanda de los sectores afectados por sus acciones en el ámbito externo (familia, comunidad, medio ambiente, otras entidades, etcétera).

Las normas sobre Balance Social en los años 60 y 70 por otro lado, fueron en general reactivas y se centraron más en obligaciones y prohibiciones que en aspiraciones o valores a realizar. Hoy en día se propone más un tipo de norma reflexiva que no obliga sino que impulsa a que las empresas a ser pro activas y a reflexionar de sus prácticas.

El período más activo fue el de los años setenta. En los ochenta en cambio, no hubo evolución de este movimiento. Según HESS, debido en parte a la recesión y a la primacía dada a los intereses de las empresas. La comunidad de negocios por otro lado, no vio en el Balance Social una ayuda para mejorar la performance corporativa sino la manera para que otros grupos de interés tuvieran la información necesaria para calificar a las empresas. La falta de capacidad del público de entender y apreciar este tipo de reporte, bajó también la demanda de los mismos.

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

Además, mediante la inclusión de indicadores y tablas comparativas, se podrá ver cómo evolucionan esas políticas en el tiempo, en términos de proporción de los recursos manejados, y en función de otros aspectos que puedan requerir cambios en las políticas sociales de las instituciones.

CAPÍTULO VI
ANÁLISIS CONCEPTUAL DEL BALANCE SOCIAL

Las definiciones y conceptos acerca del Balance Social son múltiples y variados que difieren relativamente una de otros desde el enfoque ideológico pero, coinciden en el enfoque técnico y procedimental. Así por ejemplo se tiene los siguientes, según FERNANDEZ, M. et al. (1991).

La Unión Internacional de Dirigentes Cristianos de Empresas UNIAPAC define el Balance Social como: …"la forma de hacer al Hombre más hombre en el trabajo" (RESTREPO P. Andrés: 1981), o sea que homologa la Responsabilidad Social con el Balance Social, sin clarificar las herramientas para su logro y evaluación.

David ROCKEFELLER, Director del Chase Manhattan Bank, definió el Balance Social como: "instrumento que permite a las corporaciones, medir el costo y los beneficios tanto sociales como económicos de sus actos".

Fidel DUQUE RAMIREZ, miembro de UNIAPAC y Embajador de Colombia en Japón, afirma que el Balance Social "es un instrumento que deben tener las organizaciones tanto privadas como públicas, que le facilita:

- Poder medir los resultados obtenidos en un determinado período de tiempo, tras la aplicación de la estrategia social de la organización.
- Conocer y poder evaluar la naturaleza, dimensión y consecuencias de dichos cambios.
- Medir y evaluar la naturaleza, dimensión y consecuencias de dichos cambios.
- Poder tomar las acciones correctivas necesarias.

La definición anterior ennumera claramente los objetivos del Balance Social, medición, evaluación y corrección, pero no establece en sí misma elementos de medida, ni clarifica los ámbitos a evaluar.

La Ley francesa por su parte, define el Balance Social como "un documento único que resume los datos principales expresados en cifras, que permiten apreciar la situación de la empresa en el terreno social, registrar las realizaciones efectuadas y medir los cambios ocurridos en el curso del año y los dos precedentes".

En este sentido, el Balance Social presenta sólo cifras, pero no únicamente monetarias, evitando los elementos cualitativos que pueden ser producto de la libre interpretación y por lo tanto fuente de contradicciones.

Por su parte el Banco de Bilbao define el Balance Social como "la evaluación periódica y sistemática de todas las actividades de la empresa", relacionadas con " …cuatro categorías de personas e instituciones sobre las cuales se proyecta directamente la actividad del Banco: el personal, los accionistas, los clientes o consumidores, las instituciones de la sociedad en general, así como las entidades concurrentes en la misma área de actividad".

Esta concepción del Banco apunta hacia una mayor transparencia informativa de la gestión social de la empresa, expresada en términos de costos y utilidad y hacia las consecuencias de su actividad económica sobre el conjunto de la sociedad, sin dejar de lado el hecho de que la exigencia y crecimiento del Banco es ya sinónimo de Responsabilidad Social.

Ignacio ESPINOSA BAQUERO, Asesor de Empleadores para América Latina de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), afirma que el Balance Social es "un nuevo

instrumento de gestión que de acuerdo con las actuales tendencias es incorporable al manejo de personal y a la prevención de situaciones internas y externas"…Añade que el Balance Social se torna dinámico cuando con base en él se prevén acciones de Política Social y Laboral y no cuando es un medio meramente descriptivo de la situación del país, la acción de Estado o la posición de los sindicatos.

Por otro lado, la Asociación Chilena de Seguridad, en su instructivo para las encuestas al personal, define al Balance Social como "un instrumento de gestión que persigue conocer la evolución del clima social en la empresa, para que de esta manera se orienten las políticas, acciones y estrategias a seguir en materia social, de acuerdo a las preferencias de las personas que trabajan en la Asociación Chilena de Seguridad. Su importancia radica en que el Balance Social es una herramienta objetiva de medición, que permite conocer los avances o retrocesos que han experimentado en materia social, nuestros funcionarios durante el período".

La Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI), define el Balance Social como "una técnica de evaluación periódica y sistemática de los recursos humanos de la empresa y de la proyección se ésta en la comunidad, con fines de información a los diferentes públicos, concertación a diversos niveles y planificación tanto del personal como del conjunto de actividades de la institución"

Esta definición de la ANDI coincide con la Ley francesa en la determinación de objetivos, clarifica también la medición en las áreas interna y externa de la empresa y añade el hecho de que la evaluación debe ser periódica y sistemática, es decir que debe estar inscrita dentro de las estrategias y planes de la organización, para que sea producto simplemente del convencimiento de una persona y carezca por lo tanto de la debida continuidad en el tiempo.

Por su parte Alfonso VELEZ y Mauricio CARDONA, basan su trabajo en el concepto de Balance Social entendido como "La tecnología de información y evaluación que tienen las organizaciones mediante la cual determinan los estados actuales o futuros de los activos sociales que poseen, el impacto que las organizaciones tienen sobre estos y los esfuerzos por mantenerlos o mejorarlos"

Esta definición plantea por primera vez en el conjunto de definiciones y conceptos analizados los Activos Sociales, sobre los cuales volveremos más adelante. A la vez, determina que el Balance Social es una tecnología de evaluación e información, que es la base de la planeación. Los autores relacionan la Contabilidad Social como al tecnología y el Balance Social como el instrumento.

Asimismo, Alberto ESPINOSA LÓPEZ, considera que el Balance Social es "…un instrumento de diagnóstico que permite medir, a través de indicadores precisos, el desarrollo de la organización en el campo social, cuantificar objetivamente su desempeño, medir el impacto que está teniendo en la sociedad, comparándolo con el desarrollo que debería tener y facilitando la formulación de planes y estrategias que conduzcan al desarrollo de los individuos, la organización, la comunidad y el país".

En esta definición también por primera vez se introduce el concepto de diagnóstico y de alguna manera también las Metas de Desempeño, al contraponer el desarrollo que tiene la empresa con el que debería tener, lo cual como es evidente en su apreciación, conduce a la formación de planes en el área interna y externa de la organización.

Otra forma de definir el Balance Social – definiendo lo que no es - nos presenta Gustavo GÓMEZ GIRALDO, afirmando que "No es Balance Social la relación detallada de las acciones asistenciales, recreativas, de relaciones públicas, donaciones, etc, de la organización. No es Balance Social enumerar los extralegales, los beneficios para los trabajadores, los cursos de capacitación, para el trabajador y su familia. El Balance Social mira una información que permita concertación y programación; mira a verificar las condiciones de vida laboral, mira al carácter grato

y gratificante de la calidad de vida en la organizaciones y mira a establecer las determinaciones del grupo social o personal respecto a su desempeño".

Según esta definición los elementos enunciados en efecto no son Balance Social pero, sí son base o fuente de información para evaluar la gestión.

ORTIZ CANCIANO, Jaime Eduardo, refiere que el Balance Social es "Un instrumento de medición que permite conocer y evaluar en términos cuantitativos y/o cualitativos los resultados (Activos y pasivos) de la gestión social de la empresa dentro de un período determinado y frente a las metas preestablecidas, y aplicar las acciones correctivas necesarias y/o planear el desarrollo para los períodos siguientes"

Entonces, el Balance Social es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos o cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a unas metas preestablecidas.

Estas definiciones establecen la medición con base en parámetros cuantitativos y cualitativos, es decir clarifica en parte la discusión sobre la ponderación de indicadores y variables que difícilmente pueden ser evaluados numéricamente, ya que dentro del balance hay aspectos de conducta humana que no deben ser medidos con base en criterios matemáticos.

Así por ejemplo, la participación de la empresa en Juntas de gremios y entidades comunitarias puede ser cuantificada en términos de número de gremios y entidades, pero esa valoración no dice nada respeto a la calidad y las consecuencias de dicha participación.

Igualmente, por ejemplo, el sentido de pertenencia de los trabajadores con la empresa, sólo es posible evaluarlo a través de actitudes y comportamientos y estos no pueden ser reducidos a simples términos matemáticos

También, el Balance Social es también un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social y corporativa.

Por otro lado, el Balance Social es la herramienta que tiene la organización para comunicar a la sociedad en su conjunto su aporte en materia de recursos humanos y su relación con la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse. A través de esta herramienta se:

- Informa,
- Miden y
- Comparan los distintos aspectos de la empresa y su relación con la sociedad.

Finalmente, FERNANDEZ, M. et al. (1991) señalan que "El Balance social es una herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativamente y cualitativamente el cumplimiento de la Responsabilidad Social de la empresa en términos de Activos y Pasivos Sociales en sus área interna y externa, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima social y laboral (situación organizacional), información interna y externa, planeación de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

Según este último concepto, es una herramienta de gestión, es decir, no es una modad o una corriente, es una herramienta de evaluación del cumplimiento de la Responsabilidad Social de la empresa, la cual puede sintetizarse en conceptos de Activo y Pasivo Social. Podría decirse que esta definición es casi completa porque también involucra las metas de desempeño, la planeación social, o sea, que pasa del informe cualitativo y descriptivo a la evaluación del cumplim8iento de metas concretas previamente definidas y aceptadas para la gestión.

CAPÍTULO VII
ACTIVOS Y PASIVOS SOCIALES

Al hablar de Balance Social se debe hacer referencia a equilibrio, a partidas iguales, a cuentas de ingresos y egresos o cualquier concepto muy relacionado a los estados financieros de una organización empresarial

Es sabido que los objetivos económicos de una empresa deben poder ser medidos para analizar y evaluar la gestión financiera de su administración. Tal claridad llevó a desarrollar instrumentos de evaluación que permitieran retroalimentar a la gerencia sobre el logro de sus objetivos económicos. Aparecieron entonces el Balance General, El Estado de Ingresos y Egresos, el Estado de Pérdidas y Ganancias y los conceptos de Costos-Beneficios; Debe Haber; Activos Pasivos; Patrimonio, Rentabilidad, Superávit, Déficit, etc., así como los de Inversión, Erogación, Gasto, Quiebra, etc.

7.1 ACTIVOS

Está constituido por todos los bienes que posee la empresa y que en alguna forma respaldan el desarrollo del negocio. Algunos Activos se llaman Corrientes porque pueden convertirse fácilmente en circulante para cubrir sus gastos, pagar sus deudas o realizar sus inversiones, tales como dinero en efectivo o en bancos, cuentas por cobrar en el corto plazo, etc. Otros Activos se denominan a Largo Plazo, porque su liquidación es de logro lento, como es el caso de equipos, instalaciones físicas, etc.

7.2 PASIVOS

Se compone de todas las deudas contraídas por la empresa para poder llevar acabo sus actividades productivas y/o comerciales. Existen igualmente los Pasivos Corrientes o sea aquellos de exigibilidad inmediata y los pasivos de largo plazo, correspondientes a las obligaciones no exigibles a corto plazo.

7.3 PATRIMONIO

Está integrado por el capital de los inversionistas, tanto el inicial como las utilidades reinvertidas o no, y las recapitalizaciones de cualquier orden. Es la deuda que la empresa tiene con sus accionistas.

La ecuación contable enuncia que: los Bienes (Activos), deben ser iguales a las deudas (Pasivo + Patrimonio).

El Estado de Ingresos y Egresos nos habla del dinero que se recibe durante un período determinado por concepto de las transacciones e venta de productos, de bienes o servicios, y del dinero que sale por razón de gastos o inversiones de cualquier índole. Si los ingresos finales son mayores que los egresos, se producirá un Superávit; en caso contrario, se tendrá un Déficit. Bajo otra apreciación, pero con el mismo sentido, se puede hablar de Costos y Beneficios; Cuánto cuesta el funcionamiento del negocio y cuanto beneficio produce.

Cuando las deudas son tan grandes que es imposible para la empresa cubrirlas con sus activos, se produce una **quiebra.**

La fórmula que emplearemos en el Balance Social según FERNANDEZ, M. et al. (1991), que tiene su base en la ecuación del Balance Económico será: Activo es igual al Pasivo más el Patrimonio (A=P+P).

7.4 PASIVO SOCIAL

Se dice que la responsabilidad “moral” o social que contrae toda empresa con aquellos sectores con los cuales debe relacionarse obligatoriamente porque el desarrollo del negocio asi lo exige. Al establecerse la relación, automáticamente se generan en los diferentes sectores y en referencia a la empresa, unas expectativas, unas necesidades, unas demandas, unas carencias,

unos vacíos, o como se les quiera denominar, los cuales supuestamente deberán ser llenados o satisfechos por la compañía en cuestión (obligación moral o social) y se constituyen como una especie de "Debe" organizacional. Estos son los **Pasivos Sociales.** Algunas de estas necesidades son prioritarias y exigen una respuesta inmediata, serían los **Pasivos Sociales Corrientes**.

Por ejemplo cuando un candidato es vinculado a una empresa, aquel comienza a esperar que se le compense adecuadamente, que se le ayude a solucionar sus carencias de vivienda, salud, educación, etc., que le aporte a sus desarrollo personal e inclusive que se le bonifique en el momento de acceder a su pensión.

Al ganar un concursante una licitación para proveer de un insumo a la empresa, de inmediato aquel comienza a esperar de ella una buena información, unos buenos precios y un pago oportuno y total.

Si un inversionista coloca su dinero en acciones de una compañía, lo hace con el ánimo de que en ella le reditúe adecuadamente por su capital.

Finalmente cuando un consumidor corriente decide adquirir el producto, servicio o bien de una empresa, por ese mismo hecho espera encontrar una buena calidad, un precio justo y buen servicio posterior.

7.5 ACTIVO SOCIAL

El Activo Social está compuesto por todos los recursos que posee la empresa: dinero, herramientas, tiempo, personas, etc., aplicables lógicamente y dentro de ciertos parámetros de posibilidad, a la solución de las necesidades de los sectores o sea al lleno de sus Pasivos Sociales. La limitación es determinada por las Metas. Aquellos recursos de rápida aplicación serían de **Activos Sociales Corrientes.**

En la medida en que los Pasivos Sociales van siendo satisfechos, pasan a convertirse en propiedad de los sectores beneficiados, en imagen positiva de la empresa y todos esos beneficios que reclaman o se llevan los usuarios el día que rompen su relación con la empresa. Este es su **Patrimonio Social**.

Enfocando el asunto desde otra perspectiva, toda acción u omisión de la empresa cuyo impacto en los sectores con los cuales se relaciona sea negativo, es un **Daño Social o Costo Social o Egreso.** Si los desechos industriales contaminan el aire o el agua, la salud de la comunidad sufre u deterioro; si por falta de prevención o por carencia de implementos de seguridad un trabajador se accidenta, éste ve afectada su integridad física; si por malicia, ineficiencia o simple descuido, el consumidor recibe un producto de baja calidad, su presupuesto familiar se afecta negativamente y su sentimiento de justo derecho de lesiona; si por falta de atención o por clara intención no se paga oportunamente a un proveedor o acreedor, se está incidiendo en forma negativa en su propio negocio; si de buena o de mala fe se maltrata a los trabajadores con unas relaciones inadecuadas, se hiere su autoestima. En todos estos casos se están generando **Daños Sociales** y estos son **Pasivos Sociales.**

A su vez, toda acción de la empresa que tienda a favorecer a los sectores con los cuales ella tiene relación, se considera como un **Beneficio Social o Ingreso Social.**

Cuando se aporta dinero a los trabajadores para consecución de vivienda; cuando se siembran árboles en las orillas de las quebradas; cuando se hacen donaciones a instituciones de servicio comunitario; cuando se paga oportunamente, etc., se están produciendo **Beneficios Sociales** y estos son **Activos Sociales,** o sea nuevos niveles de satisfacción obtenidos.

En síntesis, las necesidades creadas por la relación establecida con la empresa son los Pasivos Sociales y los recursos de la misma para aplicarlos a su satisfacción son los Activos Sociales. En la práctica se realizan programas y se fijan metas. La fijación de las mismas,

representa las posibilidades de contribución de la empresa para un período. Si los resultados obtenidos son mayores que las necesidades previstas a solucionar, se dice que hubo un **Superávit Social** (los ingresos fueron mayores que los egresos). A la inversa, si el logro es inferior a las metas preestablecidas, se habla de un **Déficit Social** (los egresos fueron mayores que los ingresos).

Si la diferencia entre resultados y metas presupuestadas, o sea entre **Activos y Pasivos Sociales,** es tan amplia que puede llevar a los sectores a la "Huelga": los trabajadores no laboran, los consumidores no compran, los proveedores no despachan, el gobierno no da licencias, no garantiza el orden público, salvos, etc., es decir, la actividad propia de la empresa no se realiza, se puede llegar a la **Quiebra Social** y de ésta a la quiebra económica y al cierre del negocio.

Este ensayo señalado por FERNANDEZ, M. et al. (1991), que hace una comparación que hemos presentado entre los Estados Financieros y lo que podríamos analógicamente llamar Estados Sociales, no es más que una aproximación. Es posible que algunas de las variables del Balance Social no permitan una medida cuantitativa tan precisa como sí es cierto es que cada día nos acercarnos más a las precisiones matemáticas y lo es también que el **Cuadro de Balance** trabaja con medidas matemáticas precisas.

Además, algunas variables deberán seguir siendo cualitativas o mixtas, como por ejemplo y como ya se ha dicho, los niveles de satisfacción alcanzados a través de los mecanismos administrativos de participación.

CAPÍTULO VIII
FINALIDAD, OBJETIVOS Y VENTAJAS DEL BALANCE SOCIAL

8.1 FINALIDAD DEL BALANCE SOCIAL

- Dar a conocer la situación general de la Empresa, su historia; la responsabilidad social,
- Evaluar crítica y constructivamente los resultados de los programas que buscan el mejoramiento del nivel de vida laboral y personal de los empleados;
- Dar a conocer su aporte al desarrollo de una región o ciudad,
- Identificar las características sociodemográficas de su equipo humano, necesidades, carencias y satisfactores.

8.2 OBJETIVOS DEL BALANCE SOCIAL

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su Responsabilidad Social en un periodo determinado, lo cual le permite definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la mejora de las condiciones de trabajo (responsabilidad interna) y de la sociedad en general (responsabilidad externa).
- Como herramienta de gestión empresarial el Balance Social le permite a la gerencia la planificación de acciones tendentes a aumentar la competitividad y la eficiencia de sus trabajadores. Además le permite evaluar las acciones en términos de costo-beneficio.
- Disponer de la información que se refiere a los recursos humanos de la empresa y a los grupos de interés con los cuales tiene relación, para poder informar adecuadamente a los mismos, incluida la opinión pública, acerca de su desempeño social como empresa.

8.3 VENTAJAS DEL BALANCE SOCIAL

- Brinda información detallada a la Alta Dirección para la toma de decisiones en la fijación de Políticas y Estrategias Sociales.
- Permite racionalizar los recursos sociales con que cuenta la empresa evaluando la efectividad de los mismos.
- Brinda un mayor conocimiento de las características socio-laborales y de la contribución de la empresa al Desarrollo Integral de la Persona.
- Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas.
- Muestra la contribución de la empresa al desarrollo social y económico del país.

CAPÍTULO IX
METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL

Cuando la empresa ha tomado la decisión de evaluar su gestión social, utilizando para ello la herramienta del Balance Social, es necesario que esta decisión gerencial esté acompañada de actitudes innovadoras que permitan realizar los cambios y ajustes necesarios para mejorar progresivamente la calidad de vida de todos los sectores con los cuales tiene relación.

Esta actitud abierta y sincera permitirá no sólo autoevaluarse, sino renovar estilos administrativos, cambiar políticas, diseñar programas y facilitar igualmente la participación de los distintos niveles organizacionales en la ejecución del Balance Social de tal forma que esté integrado a toda la estrategia empresarial.

Una vez que estén dadas las condiciones propicias, es necesario definir entonces las diferentes etapas metodológicas y prácticas que permitan su realización.

De ahí que para realizar el Balance Social de la empresa se tomado los términos de referencia recomendadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT: 2001). Estos pasos metodológicos son los siguientes:

9.1 DESIGNACIÓN DEL AREA RESPONSABLE Y DEL COORDINADOR

Es necesario designar el departamento o división encargado de realizar el Balance Social y asignar las responsabilidades correspondientes. Generalmente es el Departamento de Relaciones Industriales o su equivalente, según la organización.

Como ejemplos de definición del área responsable se tiene los siguientes casos:

- En la empresa Siderúrgica de Medellín S.A. (SIMESA), el área responsable de elaborar el Balance Social es el área de Desarrollo Humano.
- En Cristalería Peldar S.A., lo realiza el área de Relaciones Industriales.
- En Enka de Colombia, su ejecución está bajo la responsabilidad de la Superintendencia de Desarrollo Humano y de la Organización.
- En el Banco Industrial Colombiano lo realiza el área de Bienestar Social.

El Coordinador tendrá a su cargo la dirección de un equipo de trabajo multidisciplinario, de diferentes áreas de la empresa, orientando las distintas actividades, planeando las diferentes etapas de ejecución, evaluando su cumplimiento y especialmente responderá ante la Dirección de la empresa por el cabal cumplimiento de su misión.

El coordinador deberá cumplir condiciones específicas que aseguren el correcto desempeño de su función. Como miembro que es del equipo deberá llenar los mismos requisitos de éste, pero además deberá poseer otras cualidades como son:

- Desde el punto de vista personal, deberá tener aptitudes de liderazgo, cualidad necesaria para asumir el rol de guía u orientador.

- Capacidad de relación interpersonal para facilitar el trabajo en equipo, y las comunicaciones no sólo con los miembros del grupo sino, con el resto de la organización. Esta cualidad grajeará aceptación, colaboración, apoyo a sus decisiones y respaldo en su gestión.

- Amplio conocimiento del tema: como orientador que es del equipo interdisciplinario, deberá profundizar sus conocimientos o adquirir la capacitación necesaria que le permita llevar a cabo adecuadamente su función.

- Formación humanista y administrativa: Teniendo en cuenta que el Balance Social evalúa la gestión Social de la empresa a través de datos o resultados que aporta la contabilidad social respecto a metas propuestas para un período determinado, es importante precisar que esta evaluación no se puede dar solamente con la presentación de cifras o datos aislados unos de otros a partir del análisis o interpretación de esas cifras como manifestación que son de los hechos socio-laborales internos o externos, pero que expresan de todas formas la dinámica empresarial con los diferentes sectores con los cuales tienen relación.

Además de cumplir con las exigencias requeridas por el coordinador se requiere que éste cuente con un entrenamiento y capacitación que garantice la realización del trabajo en forma profesional y óptima. Los aspectos que el coordinador debe tener en cuenta como parte de entrenamiento y de su capacitación, son los siguientes:

- Conocer la filosofía e implicaciones del concepto de Responsabilidad Social: El estudio de este tema en los capítulos iniciales nos ha permitido descubrir el nivel de compromiso que debe generar para toda la organización el asumir el proyecto de realizar el Balance Social. Por lo tanto, es necesario que su coordinador y todas las demás personas involucradas en alguna forma en su desarrollo, comprendan la responsabilidad que su acción implica para alcanzar las metas empresariales a través de la aplicación de esta herramienta administrativa.

- De igual manera será necesario tener claridad y conocimiento acerca de los objetivos que persigue el Balance Social, pues en esta medida podrá determinarse si se ajustan a las expectativas e interese planteados por la organización en el momento de asumir este compromiso. Será necesario también conocer con profundidad cada uno de los requerimientos básicos que podrán garantizar finalmente el éxito del balance Social y en esa medida poder obviar previamente cualquier limitación o dificultad al respecto.

- Otro aspecto que precisa un amplio conocimiento y capacitación es el relacionado con las diferentes etapas de implementación y el contenido de cada una de ellas, todo lo cual ofrecerá elementos básicos para su ejecución en forma correcta.

- Dominio y apropiación de tema: Es necesario que el coordinador tenga, no sólo el conocimiento de la filosofía, los objetivos, metodología definición de variables e indicadores, instrumentos de recolección de datos y demás aspectos de Balance Social, sino que se identifique con la importancia del tema, lo haga suyo, defienda su necesidad y alcance, y contagie de entusiasmo a todos aquellos niveles organizacionales o personas que asumen actitudes pasivas o indiferentes ante el mismo. El apropiarse del tema implica igualmente investigar, crear, innovar y darle originalidad a su desarrollo.

Los seminarios y talleres que con frecuencia se programan sobre este tema, son un buen medio de entrenamiento y de capacitación para los coordinadores, ya que les permite desarrollar en forma práctica ejercicios sobre las distintas etapas del Balance Social.

9.2 DEFINICIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

La unidad responsable debe elaborar el plan a seguir para el desarrollo del programa, debe gestionar los recursos, establecer un cronograma de actividades y definir las estrategias de trabajo, contando para ello con el pleno respaldo y apoyo de la dirección de la empresa.

Un aspecto importante en esta etapa es definir qué es lo que se va a evaluar, dentro de los diferentes campos o actividades susceptibles de serlo a través de la herramienta del Balance Social.

Otro será, determinar los medios a utilizar para la recolección de la información que se requiere.

El plan de trabajo deberá responder a las siguientes interrogantes:

- **Qué?** Hace referencia al Balance Social mismo, a la actividad que se va a desarrollar, a la tarea que nos ocupa. Sin embargo, aunque la metodología sea igual, el contenido será diferente de acuerdo con las características de cada empresa, las cuales determinarán las variables a evaluar, los indicadores que las representan con mayor precisión y los estándares de medición de cada uno de ellos.

  Como puede apreciarse la respuesta a esta primera interrogante de qué se va a estudiar, supone todo un proceso de análisis e identificación de los campos o actividades que son susceptibles de ser evaluados a través de la herramienta del Balance Social.

- **Quién?** Está referido a quién y quiénes deben realizar el trabajo. Por cierto este equipo estará bajo la conducción del coordinador y los miembros de este equipo deberán tener en cuenta las siguientes consideraciones:

  Los miembros deben estar informados ampliamente sobre la política de la empresa, pues este conocimiento permitirá determinar qué se va a evaluar. Deberán poder responder a interrogantes como: Cuál es pensamiento social de la empresa?, Cuáles son sus políticas de bienestar dirigidas hacia los trabajadores, sus familias, los pensionados?, Qué nivel de compromiso posee frente a los distintos sectores con los cuales tiene relación? Los beneficios que otorga la empresa son fruto de una clara conciencias de Responsabilidad Social o han surgido de negociaciones colectivas, o han sido establecidas por Ley? Como se puede apreciar, este conocimiento permitirá que el equipo tenga un criterio unificado, lo cual facilitará el desarrollo de las etapas posteriores.

  El equipo debe conocer ampliamente la estructura administrativa de la empresa. Este conocimiento permitirá identificar en su momento quiénes son los responsables de cada una de las variables a evaluar, o coordinadores de los diferentes proyectos, es decir, quién posee la información que se requerirá posteriormente. Del mismo modo permitirá determinar los procedimientos a seguir y los niveles jerárquicos o instancias que se deben acatar en las diferentes etapas de desarrollo que requiere el Balance Social. En el caso por ejemplo de requerir alguna información que se considere confidencial para la empresa, como puede ser la distribución accionaria o el número y tipo de demandas instauradas contra ella, será necesario que conozca no solamente cuál nivel de la organización posee la información sino cuál es el procedimiento a seguir para autorizar su entrega.

  Esta característica del equipo interdisciplinario cobrará mayor importancia en aquellas organizaciones, las cuales por su tamaño poseen una estructura organizacional más compleja, o son muy formales en sus procedimientos, o poseen dependencias o filiales en diferentes partes del país. En contraste con lo anterior, esta característica se puede obviar con mayor facilidad si se trata de una empresa pequeña de tipo informal, con una estructura espontánea o flexible en el manejo de sus procedimientos organizacionales. Con ello no queremos decir que tal conocimiento sea menos importante, sino que éste se da con mayor facilidad en las organizaciones pequeñas.

  El equipo debe representar debe representar diferentes áreas de la empresa: En el proceso de conformación del equipo interdisciplinario que asumirá la responsabilidad de llevar acabo el Balance Social es importante tener en cuenta que en él deben

participar aquellas personas que por razón de su cargo tengan responsabilidades en el manejo de áreas afines con la información que requiere el Balance Social, como es el caso por ejemplo de quienes coordinan áreas de Relaciones Industriales o Personal, Bienestar Social, Servicios al Personal, Salud Ocupacional, Mercadeo del Producto, Relaciones con la Comunidad, Comunicaciones Empresariales, Secretaría General y División Jurídica, entre otros.

Igualmente deben hacer parte de este equipo aquellos funcionarios que por razón del cargo tengan responsabilidad directa en el suministro y control de la información requerida para el Balance Social, como es por ejemplo el Jefe del Area Contable de la empresa, quién tendrá el conocimiento y experiencia para reportar todas aquellas cifras referentes a la inversión social de la compañía en el período estudiado. Su presencia en el equipo es fundamental y no puede sustituirse con el hecho de pedir al Departamento de Contabilidad la información deseada, pues sólo su conocimiento podrá permitir la identificación de la cuenta a la cual está reportada la información que precisa el Balance Social. El aporte del área contable de la empresa en la elaboración del Balance Social puede concretarse así:

- La contabilidad como un sistema de información y de comunicación de hechos económicos, financieros, y sociales de una entidad, sirve como soporte de la información que debe valorar el Balance Social.

- El papel del Contador y la Contabilidad como partícipes directos en la elaboración del Balance Social se traduce en poder suministrar las cifras requeridas en una forma clara, confiable y precisa. Ello quiere decir que las empresas pueden, si así lo consideran, adaptar la contabilidad a las necesidades de información del Balance Social como por ejemplo las Cuentas de Prestaciones y Gastos Sociales, las cuales pueden estructurarse de manera que registren en forma separada cada uno de los ítems susceptibles a valorizar.

- La contabilidad debe constituirse en fuente primaria del Balance Social, satisfaciendo una necesidad específica de información, como es la de valorar la inversión social como producto de una Política Social de la empresa. Ello compromete cada día más al Contador en un papel dinámico dentro del ente económico, ofreciendo la veracidad de los hechos sociales que evalúa.

Otro funcionario que puede hacer parte del equipo es el responsable del área de Sistemas. Su aporte y participación permitirá crear, identificar o complementar los medios a utilizar para recolectar la información requerida por el Balance Social. Su contribución, es importante por los siguientes aspectos:

- En esta área está consolidada el mayor porcentaje de la información requerida por el Balance Social.

- Ofrece información confiable, rápida y ágil.

- Elimina la forma manual de recopilar la información, la cual a su vez impedirá obtener la cantidad de datos que ofrece la sistematización.

- Ofrece información consolidada o por áreas en cualquier momento.

- Permite realizar ajustes o modificaciones en la información sin que esto exija un proceso dispendioso.

- Ofrece como complemento al Balance Social la gratificación de la información, lo cuál permite visualizar más claramente el resultado de la gestión social de la empresa.

- Reduce costos de operación.

- Permite efectuar auditoría a la información obtenida.

- Contribuye a la programación y presupuestación social.

- Brinda la posibilidad de realizar proyecciones futuras sobre inversiones y coberturas de los diferente beneficios sociales que ofrece la empresa a su personal, lo cuál a su vez constituye una excelente herramienta de planeación social.

Otro requerimiento que debe cumplir el equipo es contar con el pleno respaldo y apoyo de parte de la Alta Dirección de la empresa. Este apoyo se traducirá necesariamente en acciones concretas como puede ser las siguientes:

- Fácil acceso a la información: Cuando la realización del Balance Social se constituye en responsabilidad empresarial, cada una de las personas de la organización que tienen que ver directa e indirectamente con las diferentes etapas de su realización, se siente comprometido aportando no sólo la información requerida, sino prestando toda su colaboración, y empeño en suministrar los datos en cantidad, contenido, oportunidad y calidad requeridos. Es diferente cuando no se tiene este respaldo, ya que se identifica su realización como el trabajo personal de un funcionario o un proyecto aislado de un área, caso en el cuál es suministro de información se concibe como una labor adicional, o una carga laboral que puede generar resistencia y poca colaboración.

- Compromiso de un mejoramiento progresivo: Cuando las diferentes áreas de la empresa han comprendido que la realización del Balance Social es un proyecto empresarial en el cuál están comprometidos todos los niveles y el cuál el mismo Presidente de la compañía, con mayor razón está comprometido con el propósito de la realización del Balance Social.

Otro aspecto importante para analizar es el referente a los asesores externos, quienes, cuando hacen parte del equipo interdisciplinario, tienen funciones de asesoría. Aunque la opción de hacer uso de este recurso, queda a criterio de la empresa, en la práctica encontramos que su presencia es cada vez más frecuente en las empresas o entidades que inician la aplicación del Balance Social como herramienta administrativa.

Los asesores externos pueden cumplir dos funciones básicamente: Como asesores u orientadores del equipo o como ejecutores, o sea con la función y responsabilidad de llevar a cabo el Balance Social en todas sus etapas hasta su entrega a la organización como documento final.

- **Cuando?** Esta pregunta está orientada a definir el período en el cuál se realizará el Balance Social, referido a la unidad de tiempo en la cuál se va a evaluar la gestión social de la empresa. Para definir este aspecto es necesario partir de las necesidades, intereses y voluntad de la Alta Dirección al respecto, es decir, son las características específicas de cada empresa y sus necesidades, las que determinarán el período en el cuál se evaluará el desempeño social de la misma. No obstante encontramos en la práctica que este período es de un año calendario y corresponde al mismo período de tiempo tomado para la realización del Balance Financiero.

- **Cómo?** Está orientada a determinar los recursos necesarios, los medios más adecuados para recoger la información, la metodología de trabajo que se va aplicar en los siguientes aspectos:

  Obviando los recursos humanos necesarios y ya considerados en los acápites anteriores; otro tipo de recursos requeridos en esta etapa es el de los medios a utilizar para la recolección de la información que requiere el Balance Social, ya sean los cuadros de salida, los cuestionarios, la sistematización u otras alternativas o una combinación de ellos.

Otro de los aspectos importantísimos a considera dentro del plan de trabajo es la elaboración del cronograma de actividades, cuyo objetivo es orientar el trabajo en su diferentes fases y facilitará la evaluación simultánea de todo el proceso hasta la presentación final del Balance Social.

El cronograma es un complemento de la fase de la planeación, por cuanto permite programar en el tiempo las distintas tareas o actividades necesarias para el logro del objetivo propuesto. Encontramos para su diseño dos elementos básicos: actividades o tareas y tiempo asignado a cada uno de ellos. Las actividades son todas aquellas responsabilidades a través de cuyo desempeño se garantizará la culminación del objetivo final, y pueden ser:

- Capacitación de los miembros del equipo sobre el tema Balance Social: Como se ha podido notar esta actividad es fundamental para poder hablar un lenguaje común y tener criterios unificados. El tiempo asignado para este item es relativo a las necesidades de capacitación de los colaboradores y a las características específicas de cada empresa.

- Identificación de variables, indicadores y estándares: es otra actividad que requiere la asignación de tiempo dentro del cronograma y consiste en seleccionar aquellos aspectos a evaluar (variables) que sean representativos del desempeño social de la empresa, con sus respectivos indicadores y estándares.

9.3 CAPACITACIÓN

Esta actividad es importante para poder hablar un lenguaje común y tener criterios unificados. Incluirá al Coordinador y todos los miembros del equipo. Además, es necesario proporcionar a todo el personal de la empresa la información relativa al significado del Balance Social, la filosofía de la empresa y su interés por el desarrollo del programa.

La capacitación debe incluir conocimientos de:

- **Política social** de la empresa (programas, servicios, beneficios)
- **Estructura administrativa** de la organización (filiales, dependencias, niveles jerárquicos, cargos, funciones)
- **Recursos existentes** (humanos, financieros, técnicos)
- **Significado del Balance Social**. Reiteramos la necesidad de un conocimiento cabal sobre sus objetivos, requerimientos y metodología, en todas sus fases.

9.4 ADECUACIÓN DEL MODELO

Se deben definir las variables, los indicadores y estándares de medición de cada uno de ellos, ya sea para presentarlos en el Informe Social que realiza la empresa por primera vez o en el Balance Social de su gestión. Las variables son "aquellos campos de actividad que en contenido pueden variar y los indicadores expresan esa variación".

Los estándares de medición pueden ser:

- Números reales,

- Moneda,
- Indices,
- Porcentajes, etc.

Cuando se trate de fijar las metas patrones contra las cuales la empresa medirá su cumplimiento, es necesario que la administración, de acuerdo con sus necesidades y criterios, fije una escala de ponderación y asigne un valor a cada variable e indicador de acuerdo a la importancia que tengan para la empresa.

Las metas deben fijarse en base a los datos históricos recientes y analizando la realidad del período que comienza; éstas deben ser realistas, factibles, revisables, claras y cuantificables.

Además, deben significar un reto que genere un esfuerzo por mejorar.

En el Informe Social que la empresa realiza por primera vez, como etapa previa al Balance Social, se deben definir los datos que se van a recolectar a lo largo del período, la sistematización de los mismos y las personas responsables de su elaboración.

El Informe Social consiste en la descripción detallada de las acciones que la empresa ha desarrollado en el período, así como los indicadores que brinden un diagnóstico de la situación de la empresa en las áreas interna y externa.

9.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Esta etapa es fundamental, pues se deben elaborar las encuestas que van a servir para recolectar información y éstas deben ser claras y coherentes, de tal manera que cubran los datos que se requieren y sean fáciles de entender por las personas que deben contestarlas.

Además de las encuestas, se pueden utilizar otros medios de obtener información.

La unidad encargada del Balance Social, en base a la información recibida, planea y define la forma de presentación y la utilización de datos y cuadros estadísticos.

Estos últimos deben servir como instrumentos para recopilar datos, pero no se exponen necesariamente en el Balance Social, salvo aquellos cuadros que sean tan elocuentes que no se pueda prescindir de ellos, como por ejemplo, ausentismo, salud y capacitación, entre otros.

9.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En el Balance Social se estudian los datos y a partir de las cifras más relevantes se analiza el significado que éstos tienen para la organización.

En base a este análisis se hacen las recomendaciones pertinentes y se fijan las metas del siguiente período.

9.7 CUADRO DEL BALANCE

Es el sistema de presentación de los resultados obtenidos por la empresa y su comparación con las metas propuestas.

Este Cuadro es un resumen de datos numéricos, que debe ir acompañado de las notas y comentarios que sirvan para entenderlo mejor.

9.8 PRESENTACIÓN A LA GERENCIA

Esta presentación se compone de dos partes. La primera es una fase descriptiva que analiza en forma cualitativa y cuantitativa los campos de actividad más significativos para la empresa, sea porque sus resultados son positivos o porque representan factores críticos.

La segunda es cuando se presenta el Cuadro de Balance donde se muestran resultados cuantitativos y se comenta el superávit o déficit en el cumplimiento de las metas.

La divulgación del Balance Social, tanto a nivel interno como externo, será decisión de la Gerencia de la empresa.

9.9 EVALUACIÓN

Luego de llevar a cabo el Balance Social, la Gerencia y el equipo encargado de realizarlo evalúa el proceso que se ha seguido, los resultados y situaciones encontradas en su desarrollo, para tomar las medidas correctivas que faciliten su elaboración y lleven a resultados óptimos.

9.10 ESTABLECIMIENTO DE METAS PARA EL PRÓXIMO PERÍODO

En base a los resultados obtenidos y a las prioridades establecidas, se fijan metas que deben presentar validez y confiabilidad.

Reiteramos que las metas deben ser realistas, medibles, alcanzables, revisables y representar un reto para su logro

CAPÍTULO X
VARIABLES E INDICADORES DEL BALANCE SOCIAL

En este capítulo se presenta el Modelo de Balance Social aplicable a la empresa peruana, el cual se divide en **AREA INTERNA** y **AREA EXTERNA** (OIT: 2001).

Para evaluar el cumplimiento de la Responsabilidad Social de la Empresa, se utilizan como instrumentos de medición las VARIABLES y los INDICADORES.

- Los **CAMPOS** son los aspectos generales de la actividad que se va a evaluar y en ella debe reflejar las variables e indicadores.

  CAMPO : Características Sociolaborales
  VARIABLE : Demografía
  INDICADOR : Estado Civil

- Según ANDI las **VARIABLES** se refieren a aquellos campos de actividad que en su contenido pueden variar y los INDICADORES expresan esa variación.

  Conociendo la variables e indicadores podrá determinar cuáles son los estándares de medición que va a utilizar, sean ellos números reales, pesos, índices, porcentajes, etc.

  Por ejemplo la variable AUSENTISMO, se expresa a través de indicadores como ausencias con permiso, incapacidad por enfermedad común, incapacidad por maternidad, incapacidad por accidente de trabajo, entre otros.

  También se utilizan índices o subindicadores que profundizan más la información que suministra un indicador. Por ejemplo para el caso de ausentismo por enfermedad profesional, se tiene los índices como: número de personas por área de trabajo o por los porcentajes de hombres y mujeres que han tendido incapacidad por este concepto.

- BELTRAN, P. J.M. señala que los **INDICADORES** son un medio y no un fin para llevar a cabo un control de la gestión, ya que no constituye un dato sino que agregan valor a los resultados.

  En esta medida, las empresas deben definir indicadores que les aporten información para controlar su gestión en términos de eficiencia, eficacia, efectividad e impacto y eliminar aquellos que no aportan información. Considerando que es:

  EFICIENCIA: Grado de aprovechamiento de los recursos. Hacer las cosas correctamente.

  EFICACIA: Grado de satisfacción del cliente (interno y externo) a través del producto o servicio (Programas, Proyectos). Hacer lo correcto.

  EFECTIVIDAD: Satisfacción del cliente con al óptima utilización de los recursos. Hacer lo correcto correctamente.

  IMPACTO: Evaluar el costo beneficio generado de acuerdo con los objetivos de cada programa, proyecto o actividad**.**

  Para cada indicador se debe definir un rango de gestión para control y evaluación y diseñar su medición haciendo los ajustes de forma que brinden información oportuna válida y confiable para la toma de decisiones. Ejemplo:

CAMPO	: Características Socio- Laborales
VARIABLE	: Ausentismo
INDICADOR	: Accidente de Trabajo
RANGO DE GESTIÓN	: 0 – 3 (Cero a tres) accidentes de trabajo por cada millón de horas trabajadas
RESULTADO	: 5 (Cinco) accidentes por cada millón de horas trabajadas
ACCIONES	: Como el resultado está por encima del rango de gestión. Es necesario tomar acciones inmediatas para reducir o Eliminar de ser posible las causas.

Se debe tener en cuenta que existe indicadores para a nivel operativo y estratégico y que no todos se publican en el Balance Social, pues hacen parte de la actividad misma de la empresa y no del cumplimiento de su Responsabilidad Social. De igual forma, la empresa puede crear indicadores cuando en el entorno que se desarrolla afecten de una u otra forma, la de sus trabajadores o de la comunidad en general.

Un indicador debe dar valor agregado a la información, en consecuencia, a la hora de definirlo se debe tener en cuenta por lo menos:

- Que la información que se recoge se útil, suficiente y real.
- Que las fuentes sea confiables.
- Que la información se recoja oportunamente para tomar decisiones de control y evaluación.
- La información para facilitar su proceso se debe sistematizar y definir si se presenta cualitativamente o cuantitativamente. Hoy en día, más del 80% de la información está sistematizada.
- Finalmente no se trata de presentar resultados, sino analizar los mismos en un marco de Política Social y unos Objetivos Sociales.

- El **AREA INTERNA** se refiere únicamente a la información y la evaluación del cumplimiento de la Responsabilidad Social de la empresa con sus trabajadores.

- El AREA **EXTERNA** se refiere al cumplimiento de la Responsabilidad Social de la Empresa con los sectores externos con los cuales ella tiene relación.

- En la explicación de las VARIABLES y los INDICADORES se emplearán los términos **NIVEL ORGANIZACIONAL y AREA DE TRABAJO**, los cuales se refieren respectivamente a la clasificación de los trabajadores de la empresa en obreros, empleados y directivos; y a las secciones, divisiones o departamentos de la estructura de la empresa.

- Algunos indicadores aparecen solamente enunciados por no requerir mayor análisis. Los de mayor complejidad aparecen con su respectiva explicación.

10.1 AREA INTERNA

Las variables e indicadores del Area Interna se distribuyen en tres grandes grupos:

- Características Socio-Laborales del Personal
- Servicios Sociales de la Empresa al Personal
- Integración y Desarrollo del Personal

10.1.1 CARACTERISTICAS SOCIO LABORALES DEL PERSONAL

De este grupo hacen parte todas aquellas variables que permiten adquirir un mayor conocimiento del personal por ejemplo todos los aspectos demográficos: sexo, edad, estado civil,

nivel educativo procedencia geográfica, tipo de contrato; rotación de personal identificando las diferentes causas; jornada laboral, tiempo extra, vacaciones; ausentismo y sus diversas manifestaciones como incapacidades por diferentes causas; ausencias con y sin permiso; régimen salarial incluyendo en éste las diferentes variaciones.

Con respecto a las prestaciones sociales; factor prestacional, tipo de prestaciones sociales. Relaciones laborales: huelgas demandas, reclamos, conflictos, porcentaje de participación sindical. Es importante precisar que la información anterior no sólo es importante en si misma, sino que permitirá cruzar información con datos posteriores lo cual posibilitara un mejor diagnóstico y conocimiento de la organización. Por ejemplo la edad, el nivel educativo o tiempo de servicio no solo son importantes como hechos laborales sino que permitirán un mejor diagnóstico si se establece la relación por ejemplo con el ausentismo, el desempeño laboral.

Se trata de conocer cuantitativa y cualitativamente las características demográficas de los trabajadores, las causas del ausentismo, la rotación del personal y la jornada laboral. Igualmente, el total pagado por la empresa a sus trabajadores por concepto de salarios y prestaciones y las relaciones con el personal sindicalizado, en función a:

A. DEMOGRAFIA

- SEXO
- EDAD
- ESTADO CIVIL
- NIVEL EDUCATIVO
- ANTIGUEDAD
- PROCEDENCIA GEOGRAFICA
- CLASE DE CONTRATO DE TRABAJO

Las características poblacionales del personal de la empresa incluyen a empleados y obreros. Se puede comparar con un censo, el cual permite a la empresa tener una visión completa, amplia y global de la situación de su personal en un momento determinado.

Esta información demográfica es básica para la definición de la Política Social de la compañía y para la planificación de programas que respondan a esas características y a las necesidades laborales y sociales del grupo humano que conforma la empresa.

En lo referente al **SEXO,** la **EDAD,** y el **ESTADO CIVIL**, se pueden clasificar los datos obtenidos por NIVEL y por AREA. Con respecto a la EDAD, lo usual es agrupar en categorías de "menos de 25", "25 a 30", "30 a 35", "35 a 40", "40 a 45", "45 a 50", "50 a 55", "55 a 60" y "mayores de 60 años".

Por ejemplo los datos relativos a **sexo**, permiten a la empresa determinar con claridad que tipo de programas debe diseñar para fomentar el uso adecuado del tiempo libre, porque si su personal es prioritariamente femenino, el Club de Pesca que se podría proponer, no tendrá tanto acogida como puede tener los aeróbicos o la gimnasia.

Igualmente en el campo de la salud preventiva por ejemplo, las charlas sobre orientación en salud para el personal femenino tocarán diversos temas que no son del interés de los hombres, tales como prevención del cáncer mamario, necesidad de citologías periódicas, cuidados del bebé lactante, prevención de accidentes en el hogar, etc.

Por otra parte, el conocimiento que la empresa tenga sobre la **edad** de sus trabajadores le permitirán diseñar adecuadamente los programas de salud, capacitación, recreación y prejubilación, entre otros.

El **estado civil** condiciona en muchos casos el sentido de pertenencia y responsabilidad del trabajador, pues el hecho de tener obligaciones familiares determina en muchos casos la actitud y le obliga a responder más adecuadamente por su labor.

Por ejemplo, muchos reglamentos de promoción de la vivienda de las empresas establecen como requisito que el trabajador sea casado o cabeza de familia para la obtención préstamos, con lo cuál la información sobre estado civil de los trabajadores cobra mayor importancia.

En cuanto al **NIVEL EDUCATIVO** se considera Primaria, Secundaria, Técnica y Superior. También debe tenerse en cuenta el NIVEL y el AREA.

El conocimiento del nivel educativo es necesario por ejemplo para elaboración de los mensajes comunicacionales de la empresa, porque determina los medios, el contenido y el lenguaje para hacer más efectivo el proceso de comunicación.

Igualmente el nivel educativo de los trabajadores condiciona el tipo de programas de capacitación e integración, los ascensos y promociones y el desarrollo de personal.

En una empresa donde el 49% de los trabajadores tienen educación secundaria, los programas de capacitación que busquen elevar su nivel de vida, tendrán que partir muchas veces de conceptos elementales para el 10% del mismo personal que es universitario, son bastantes conocidos.

Para obtener el promedio de **ANTIGUEDAD** se clasifica el tiempo de servicios de los trabajadores de la empresa en intervalos de "0 a 5", "5 a 10", "10 a 15", "15 a 20" y "más de 20 años".

Estos datos de antigüedad que se registran en el Balance Social, reflejan no sólo el sentido de pertenencia del trabajador con la empresa, sino también la política de estabilidad que la compañía tenga

Por otra parte la antigüedad trae consigo dos caras: el primero se refiere a una mayor experiencia y mística por parte del trabajador, lo cual se traduce en mayor productividad y menores índices de accidentalidad. La segunda la constituye la rutina y la pérdida de entusiasmo en el trabajador y una mayor carga prestacional para el empleador.

La antigüedad también está condicionada por un cambio de actitud por parte de las personas, quienes ya no aspiran como antes a jubilarse en una empresa, con lo cual la rotación se ha elevado y el promedio de antigüedad viene disminuyendo.

La **PROCEDENCIA GEOGRAFICA** se refiere al domicilio de los trabajadores y se clasifica en Local, Regional, Nacional e Internacional. Se considera local cuando el trabajador reside en el mismo municipio donde está ubicada la empresa; regional, cuando reside en un municipio diferente al de la empresa, pero en el mismo departamento.

Esta procedencia geográfica cobra singular importancia cuando la sede de la empresa está localizada en municipio diferente a capital de departamento o en zonas económicamente deprimidas. También cuando se desarrollan proyectos de ingeniería, minería o hidroeléctrica.

En lo que respecta a **CONTRATOS DE TRABAJO**, el D. Leg. 728 (Perú) clasifica éstos por su duración en: Contrato a tiempo indefinido, a plazo determinado, a tiempo parcial y de locación de servicios. Además, es necesario tener presente los casos de contratación por intermedio de las empresas de servicios complementarios y las de servicios temporales.

B. AUSENTISMO

- INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD COMUN

- INCAPACIDAD POR MATERNIDAD
- INCAPACIDAD POR ACCIDENTE DE TRABAJO
- INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD PROFESIONAL

AUSENCIAS:

- Con permiso
- Con permiso sindical
- Injustificadas
- Por otras causas

COSTO DEL AUSENTISMO

Para medir el AUSENTISMO es universalmente aceptada la siguiente fórmula:

- Número de horas perdidas X 100
- Número de horas laborables

El análisis de las causas del ausentismo es fundamental para la planeación y organización de las actividades de la empresa. Además con base a en los índices registrados se puede desarrollar programas tendientes a disminuirlos y por lo tanto también a minimizar su costo.

Los índices de ausentismo hacen parte de la medición del clima organizacional de la empresa, porque muchas veces están basados en causas reales como enfermedad, accidentes o permisos justificados, pero otras reflejan la insatisfacción del personal.

El ausentismo general se refiere al número de horas de trabajo perdidas respecto al número de horas laborales.

Esta fórmula es aplicable a todos los indicadores de la Variable Ausentismo, exceptuando COSTO, y sólo se refiere a la JORNADA LEGAL.

El AUSENTISMO POR INCAPACIDAD MEDICA comprende cualquier ausencia del trabajo por enfermedad común, enfermedad profesional, maternidad, accidentes de trabajo y tiempo de consulta. Se mide con la siguiente fórmula :

- Número de horas perdidas por incapacidad médica X 100
- Número de horas laborables

Cabe comentar la utilidad de comparar los indicadores de Ausentismo por Incapacidad Médica y por otras causas para ver su incidencia en el indicador general.

El COSTO DEL AUSENTISMO se puede medir con la siguiente fórmula:

- Total de días perdidos x salario diario promedio x (1 + factor prestacional).

Ejemplo: Se perdieron 1,280 días en el año, x U.M.50.= que es el salario promedio de los trabajadores x 1.20 (que es 1 + el factor prestacional promedio) = U.M. 76,800.00 (U.M.= Unidad Monetaria)

Con relación al pago de las remuneraciones al personal incapacitado, en el Perú, este funciona así :

- Los primeros 21 días son pagados por la empresa ; a partir del día 22 hasta el 1 año, el IPSS (Instituto Peruano de Seguridad Social)le paga la remuneración al trabajador en calidad de subsidio.
- Si la incapacidad es superior a 1 año, se considera como invalidez y recibe una pensión del IPSS en función al monto de sus aportaciones.

C. ROTACION DE PERSONAL

- INGRESOS
- INDICE DE ROTACION
- INDICE DE SELECCION

Esta variable analiza el personal que INGRESA y EGRESA de la empresa en el período que se evalúa, el índice de rotación y el índice de selección.

Los ingresos y los egresos se presentan normalmente en el Balance Social en cifras netas de número de personas.

Los ingresos pueden obedecer a diferentes a diferentes causas, por ejemplo ampliación de la empresa, nuevos productos, crecimiento del mercado, etc., lo cual debe especificarse en el Balance Social.

Cuando los ingresos son mayores que los egresos, se entiende que hay crecimiento de la empresa, ya que está generando más empleo y su proyección económica y social en la comunidad es más positiva.

Sen embargo este hecho puede ser negativo, cuando los ingresos se deben a un simple reemplazo de personal, sin que haya aumento del número de personas empleadas, o cuando los ingresos y los egresos no son representativos frente al número total de trabajadores.

Los egresos pueden responder también a diversos motivos, tales como cumplimiento de la edad de jubilación, renuncias, despidos, etc., causas que igualmente deben especificarse en el Balance Social.

En los EGRESOS deben tenerse en cuenta las causas, tales como renuncias, despidos con causa justa y sin causa justa, jubilaciones, etc. Las fórmulas utilizadas son:

- INGRESOS = Número de ingresos X 100
- Número promedio de trabajadores en el período

INDICE DE ROTACION = Número de egresos X 100

- Número promedio de trabajadores en el período
- El aumento o la disminución del empleo en el período evaluado, se mide con la siguiente fórmula:
- Empleo Final - Empleo Inicial
- Empleo Inicial

El índice de rotación compara el número de egresos frente al total de trabajadores promedio en el período. El índice de rotación tiene que ver con renovación del personal y puede interpretar de dos maneras.

Cuando el índice de rotación es muy alto, incide negativamente en la continuidad organizacional, tiene costos altos en selección, entrenamiento, capacitación, etc.

Cuando por el contrario el índice es muy bajo, puede reflejar anquilosamiento, rutinización del personal, monotonía, etc.

EL INDICE DE SELECCION es la relación entre el número de personas contratadas y el número de trabajadores en período de prueba.

El índice de selección de selección, es decir el número de personas contratadas definitivamente frente al número de personas contratadas definitivamente frene al número de trabajadores que iniciaron el período de prueba, refleja entonces la calidad y la efectividad de los procesos de selección y contratación de la compañía.

INDICE DE SELECCION = Número de personas contratadas X 100

- Número de trabajadores en período de prueba
- El número de personas contratadas se refiere únicamente a las que pasaron el período de prueba.

D. JORNADA LABORAL

- DURACION
- HORAS EXTRAS
- VACACIONES

Debe anotarse la DURACION de la jornada establecida en la empresa, distinguiendo la jornada diurna, nocturna y los turnos. También debe registrarse si la empresa tiene un horario flexible, ya sea para determinados NIVELES o si se aplica a todo el personal.

La cuantificación de HORAS EXTRAS semanales debe realizarse por NIVEL y por AREA. El registro de las VACACIONES debe considerar el número de trabajadores que hicieron uso de las mismas, el número de aquellos que las acumularon y el número de trabajadores que solicitaron su pago y no las disfrutaron en el período que se evalúa, por NIVEL y por AREA.

La discusión acerca de la jornada laboral está presente en la mayoría de los países desarrollados, donde se ha considerado que la jornada laboral legal de 48 horas semanales es excesiva en detrimento de la familia, la recreación y el uso adecuado del tiempo libre del trabajador.

Algunas empresas incluso por negociaciones colectivas han establecido jornadas de 40 horas semanales, las cuales proporcionan al trabajador más tiempo para sí mismo.

Sin embargo, son las condiciones propias del trabajo y la política de la empresa en ese sentido, las que determinan la duración de la jornada laboral, la existencia de turnos u horarios flexibles, entre otros. Lo importante es que la jornada laboral, al margen de su modalidad, no atente contra el bienestar del trabajador y su familia.

Dentro del análisis de la jornada laboral, los indicadores de horas extras y vacaciones, tienen una singular importancia, puesto que unas y otras condicionan la salud física y mental de los trabajadores.

E. SALARIOS Y PRESTACIONES

E.1 SALARIOS

- Total pagado
- Salario mínimo de la empresa
- Porcentaje de incremento
- Salario promedio

E.2 PRESTACIONES

- Valor de las prestaciones en U.M.
- Factor prestacional
- Total pagado por prestaciones

E.3 MANEJO DE PLANILLA

- Cumplimiento en los pagos
- Número y causa de reclamos
- Solución a los reclamos
- Errores de planilla

Uno de los aspectos más importantes dentro de la Responsabilidad Social de la empresa, es el que se refiere al pago de un salario justo a sus trabajadores, no sólo porque compensa equitativamente su labor, sino por que contribuye también a elevar su calidad de vida, la de su familia y de la comunidad que le rodea.

El indicador salarios se refiere al total pagado por la empresa por éste concepto, al salario mínimo de la compañía, al porcentaje de incremento en el período y al asalario promedio vigente.

El salario mínimo de la empresa se refiere a aquel vigente en las compañías que sobrepasa el mínimo legal, con lo cual las empresas están dejando de lado lo estrictamente establecido por la Ley y pagando un salario superior que busca contribuir eficazmente a mejorar el nivel de vida de los trabajadores y de sus familias.

Los indicadores de las variables SALARIOS Y PRESTACIONES se refieren principalmente al valor en U.M. que la empresa ha pagado por cada uno de ellos durante el período evaluado.

Se entiende por PRESTACIONES las contribuciones y aportes que paga la empresa sobre las remuneraciones de su personal. Además en este rubro debe considerarse la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) u otro Fondo de Cesantía similar, indicando los montos depositados y la entidad en la cual se haya realizado el depósito.

Su importancia radica en que las prestaciones voluntarias son las que realmente obedecen a una política social sentida y aplicada de acuerdo a la conciencia de la empresa, pensando en el desarrollo integral de su personal y en la satisfacción de sus necesidades básicas y fundamentales. Las prestaciones legales y convencionales son de obligatoria aplicación y por lo tanto son menos representativas del cumplimiento de la Responsabilidad Social de la empresa, aunque es posible que en su momento, hayan sido voluntarias.

Si existieran prestaciones voluntarias, éstas deben mencionarse y cuantificarse.

Para hallar el FACTOR PRESTACIONAL se emplea la siguiente fórmula:

- Prestaciones
- Salario

Esta fórmula indica cuánto pagó en prestaciones por cada U.M. de salario. Por ejemplo, una empresa paga \ 0.30 céntimos de prestaciones.

Además es importante conocer qué porcentaje corresponde a prestaciones por cada U.M. de remuneración. Se obtiene con la siguiente fórmula:

- Prestaciones X 100
- Salario + prestaciones

Para saber cuál es la remuneración mensual que la empresa paga a cada trabajador, se utiliza la siguiente fórmula:

- Salario + prestaciones pagadas durante el año (12 meses)

F. RELACIONES LABORALES

- SINDICATOS
- PORCENTAJE DE PARTICIPACION SINDICAL
- TIPO DE NEGOCIACION
- HUELGA
- RECLAMOS
- DEMANDAS
- CAPACITACION

- APORTES DE LA EMPRESA AL SINDICATO

La buena marcha de las relaciones laborales en una empresa depende en gran parte de las relaciones que ella establece con el sindicato o sindicatos cuando éstos existan, porque el sindicato constituye un grupo de presión generalmente muy fuerte, que influye positiva o negativamente en todo el personal y evidentemente en el proceso de producción y en los niveles de productividad.

En consecuencia las relaciones con el sindicato no pueden circunscribirse únicamente ala momento de un conflicto laboral o a la etapa de negociación del pliego de peticiones, sino que tiene que ser un proceso continuado de comunicación e intercambio de información, porque tanto la empresa debe conocer sobre las necesidades y expectativas del personal, como éste sobre la marcha de la empresa, ya que este proceso facilita la negociación y el acuerdo por el mutuo conocimiento.

La clasificación de los SINDICATOS debe hacerse en concordancia con las leyes laborales vigentes, indicando el número de afiliados por SINDICATO y la Federación y Confederación a la cual pertenecen.

El PORCENTAJE DE PARTICIPACION SINDICAL es la relación entre el número de trabajadores sindicalizados y el número de trabajadores que potencialmente pueden sindicalizarse.

PORCENTAJE DE = Número de Sindicalizados X 100
PARTICIPACION SINDICAL Número de trabajadores que potencialmente pueden sindicalizarse

El TIPO DE NEGOCIACION se refiere a la modalidad aplicada: convención colectiva, pacto colectivo o laudo arbitral.

En los casos de HUELGA se anota su duración.

En cuanto a las DEMANDAS hechas por los trabajadores debe anotarse el número, las causas y sus resultados.

En el rubro de CAPACITACION sindical se debe enfatizar que entre trabajadores que pertenecen a un Sindicato y empresarios existen principios, intereses y responsabilidades comunes como es la vigencia de la libre empresa y la democracia. Por tanto, la capacitación sindical que la empresa brinda a los trabajadores redundará en beneficio del sindicato y de la empresa.

Debe anotarse si la capacitación ha sido dentro o fuera de la empresa, el número de cursos, tipo de cursos, el número de participantes y el nivel al cual pertenecen dentro de la estructura sindical. Asimismo, los Aportes que la Empresa brinda al Sindicato, en dinero, en especie u otras formas, y el monto de ellos.

10.1.2 SERVICIOS SOCIALES DE LA EMPRESA AL PERSONAL

El propósito es poder evaluar todos los servicios y beneficios que ofrece la empresa como un diagnóstico preliminar que permitirá realizar los ajustes requeridos para obtener una mayor eficiencia y eficacia de los mismos. Se evalúan por ejemplo servicios como salud en sus diferentes manifestaciones; medicina general, primeros auxilios, salud ocupacional en sus diferentes formas, por ejemplo en medicina ocupacional se pueden evaluar Controles periódicos, Programas de Medicina Preventiva, Programas de educación en salud, enfermedades profesionales y sus causas; en Seguridad Industrial se pueden evaluar por ejemplo los implementos de protección, manuales y normas de seguridad y en Higiene Industrial factores de riesgo, estudios ergonómicos, entre otros aspectos propios de cada organización.

Otros aspectos que se evalúan en este grupo son por ejemplo la vivienda; alimentación, transporte. Existen en las organizaciones otros beneficios que usualmente no se cuantifican pero representan un significativo beneficio para el personal y representan para la organización inversiones que se desconocen y que si agregan valor a su desempeño frente al personal como asesorías tributarias, en derecho de familia, etc.

Tiene que ver con las acciones que la empresa desarrolla para la satisfacción de las necesidades esenciales del trabajador, tales como SALUD, VIVIENDA, ALIMENTACION Y TRANSPORTE. También se incluyen las ASESORIAS que la empresa le puede brindar en diversos campos.

A. SALUD GENERAL

A.1 MEDICINA ASISTENCIAL

- Número y tipo de servicios
- Número de casos atendidos
- Costo de los servicios

A.2 PRIMEROS AUXILIOS

- Número de casos atendidos
- Costo

La variable SALUD se refiere a los servicios generales, diferentes del IPSS, que la empresa presta a todos sus trabajadores, e independientemente de los programas de Salud Ocupacional.

En MEDICINA ASISTENCIAL, se deben cuantificar y especificar los servicios de salud general, teniendo en cuenta el número de CASOS ATENDIDOS por el IPSS y por la empresa, por Nivel y por Area.

El COSTO DE LOS SERVICIOS indica el costo total de éstos. Si fuera el caso, se debe diferenciar la participación de la empresa y del trabajador en él.
Se propone considerar los siguientes aspectos como medio de recolección de datos:

- CASOS ATENDIDOS
- Tipo de EMPRESA
- Costo Total
- IPSS
- Servicios
- No.Trabajadores
- Empresa
- Trabajador
- No.Trabajadores.

B. SALUD OCUPACIONAL (RIESGOS PROFESIONALES)

B.1 MEDICINA OCUPACIONAL

- Exámenes de pre-empleo
- Controles periódicos de acuerdo con los riesgos
- Programas de medicina preventiva
- Reubicación del personal con problemas de salud
- Ausentismo por incapacidad médica
- Programas de Educación en Salud

B.2 HIGIENE DEL TRABAJO

- Identificación de factores de riesgo

- Estudios ergonómicos de oficios

B.3 SEGURIDAD INDUSTRIAL

- Manuales sobre normas de seguridad
- Uso de elementos de protección personal
- Mantenimiento de maquinaria y equipos industriales

B.4 ACCIDENTALIDAD

- Número de accidentes
- Indice de frecuencia
- Indice de gravedad o severidad
- Indice de lesiones incapacitantes (I.L.I.)
- Accidentalidad por población
- Porcentaje de accidentalidad
- Días promedio de incapacidad por accidente

B.5 REPORTE DE INCIDENTES

B.6 ENFERMEDAD PROFESIONAL

- Número de enfermedades profesionales
- Indice de frecuencia
- Número de días perdidos por enfermedad profesional
- Indice de severidad o gravedad
- Promedio de días de incapacidad por enfermedad profesional

B.7 CAMPAÑAS DE PREVENCION

B.8 COMITES PARITARIOS

B.9 INVERSION TOTAL EN PROGRAMAS DE SALUD OCUPACIONAL

B.10 RECURSOS HUMANOS Y SUS CALIFICACIONES

La Salud Ocupacional comprende los programas referentes a MEDICINA OCUPACIONAL, HIGIENE DEL TRABAJO Y SEGURIDAD INDUSTRIAL. Busca prevenir y solucionar la problemática que se presenta entre el trabajador y su trabajo, incluyendo el control del medio ambiente laboral y la prevención de los riesgos profesionales que se puedan presentar.

MEDICINA OCUPACIONAL

Son varias las acciones a evaluar en materia de Medicina del Trabajo.

Los EXAMENES DE PRE-EMPLEO son requisito de la empresa antes de la vinculación del trabajador con ella. Se debe anotar el número de exámenes realizados, el personal contratado, el valor total del los exámenes y el porcentaje del costo que cubre la empresa y el trabajador.

Los CONTROLES PERIODICOS se refieren a los exámenes que la Empresa realiza al personal, por AREA, de acuerdo a los factores de riesgo que se dan en el ambiente de trabajo, tales como audiometrías, optometrías, espirometría, serología, etc. Es importante anotar el porcentaje de trabajadores no afectados el cual se denomina "%normal". La frecuencia es el número de veces que la empresa realiza los exámenes durante el período.

Los PROGRAMAS DE MEDICINA PREVENTIVA están orientados a la prevención de las enfermedades comunes, aún cuando no son ocasionadas por factores de riesgo en el trabajo, determinan altos índices de mortalidad, incapacidad y ausentismo; así tenemos: control de problemas cardiovasculares, prevención de cáncer ginecológico, campañas de vacunación, etc.

Debe anotarse el número de exámenes, la frecuencia, el número de beneficiarios, la inversión y si es con recursos propios (dependencia de la empresa) o externos (instituciones contratadas).

Respecto de la REUBICACION DE PERSONAL CON PROBLEMAS DE SALUD, es importante cuantificar las CAUSAS por las cuales el IPSS o la empresa deben reubicar un trabajador; cuántos trabajadores han sido reubicados en el período y los programas de seguimiento respectivos. Se debe diferenciar las reubicaciones hechas por indicación del IPSS y las que realiza la empresa voluntariamente.

La EDUCACION EN SALUD se refiere a los programas y actividades desarrollados por dependencias de la empresa o con instituciones contratadas que denominaremos RECURSOS INTERNOS y RECURSOS EXTERNOS respectivamente, para capacitar al personal en asuntos relacionados con la salud, la seguridad y la higiene industrial. Se debe especificar el tipo de programa, como por ejemplo, Primeros Auxilios, Farmacodependencia, Alcoholismo, Hipertensión, Protección auditiva, etc.; el tipo de actividad, como Conferencias, Demostraciones, Audiovisuales, etc.; el número de participantes en cada programa y la inversión en cada uno de ellos.
HIGIENE DEL TRABAJO

Es una disciplina que se encarga del estudio, solución y control del medio ambiente laboral. Comprende la evaluación de los riesgos físicos, químicos, biológicos y ergonómicos.

En la IDENTIFICACION DE LOS FACTORES DE RIESGO, en los diferentes ambientes de trabajo, como por ejemplo, ruido, polvo, gases, etc.; debe anotarse el número de mediciones hechas en el período y los programas realizados. Además debe indicarse si estas actividades están a cargo de las dependencias de la empresa (Recursos Propios) o son contratadas (Recursos Externos)y el Costo.

Los ESTUDIOS ERGONOMICOS DE OFICIOS se refieren a la adecuación del puesto de trabajo de acuerdo con las medidas antropométricas del trabajador, los esfuerzos musculares a que está sometido en la realización de su labor y los estudios sobre posturas. Debe anotarse el número de estudios en cada caso, los proyectos realizados, el costo y si los recursos son propios o externos.

SEGURIDAD INDUSTRIAL

La Seguridad Industrial o Prevención de Riesgos Profesionales se ocupa del estudio, solución y control de los riesgos de accidentes de trabajo que se puedan presentar en la empresa.

Los MANUALES SOBRE NORMAS DE SEGURIDAD contienen una serie de normas que indican las medidas correctas e instrucciones de operación seguras que se deben aplicar al trabajo. Anote si existen manuales de acuerdo con los procesos o uno solo para toda la compañía y la frecuencia de actualización.

USO DE ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL

De acuerdo con los factores de riesgo del ambiente de trabajo debe anotarse el número de trabajadores expuestos a cada riesgo, como ruido de más de 90 DB, gases, polvo, etc.; los elementos que proporciona la empresa para contrarrestar estos riesgos, como tapones, respiradores, cascos, guantes, botas, etc.; el porcentaje de uso por parte de los trabajadores con respecto al total de trabajadores expuestos.

Otro aspecto importante a considerar es el relativo a MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS INDUSTRIALES. Deben anotarse los programas de mantenimiento que contribuyen a evitar accidentes de trabajo y su frecuencia.

El Mantenimiento puede ser: Predictivo, Preventivo y Correctivo, entre otros.

El Mantenimiento Predictivo es el que se hace, en base a las características de las máquinas y los equipos, para predecir que en el lapso de un número de horas de trabajo hay que revisar, reparar o cambiar algunas piezas de la máquina o equipo.

Con el Mantenimiento Preventivo se identifican puntos críticos de la maquinaria, para planear su respectivo mantenimiento.

El Mantenimiento Correctivo es el que se hace luego de ocurrir una falla en el equipo.
Para los indicadores de accidentalidad y enfermedad profesional, que permitan hacer análisis nacionales e internacionales, se recomienda utilizar las fórmulas de aceptación general siguientes:

ACCIDENTALIDAD

Se entiende por accidente de trabajo todo suceso imprevisto y repentino que ocurra por causa o motivo del trabajo y produzca al trabajador una lesión orgánica o perturbación funcional permanente o pasajera y que no haya sido provocada deliberadamente por la víctima.

INDICE DE FRECUENCIA= Número de accidentes con incapacidad X1'000,000

- Número de horas hombre trabajadas
- Se refiere al número de accidentes por cada millón de horas trabajadas.

INDICE DE GRAVEDAD = Número de días perdidos X 1'000,000
O SEVERIDAD Número de horas hombre trabajadas

- Es el número de días que se perdieron por cada millón de horas trabajadas.

INDICE DE LESIONES = Indice de gravedad X Indice de frecuencia
INCAPACITANTES-ILI 1,000
Da como resultado la relación entre la frecuencia y la gravedad

Para conocer el promedio de días perdidos por lesión incapacitante, la fórmula es la siguiente:

- Indice de Gravedad
- Indice de Frecuencia

ACCIDENTALIDAD POR POBLACION

PORCENTAJE DE ACCIDENTALIDAD= Número de accidentes X 100

- Número de trabajadores

El número de accidentes incluye los accidentes con o sin incapacidad.

DIAS PROMEDIO DE INCAPACIDAD = Total de días perdidos por incapacidad POR PERSONA Total de personas incapacitadas

REPORTE DE INCIDENTES

Se llama incidente aquel accidente que no causa incapacidad.

REPORTE DE INCIDENTES = Total de Incidentes

- Total de días trabajados
- El reporte de incidentes es una acción preventiva que desarrolla la empresa para evitar accidentes, que toma los siguientes aspectos:
  - ✓ Año
  - ✓ No.Accidentes
  - ✓ Indice de Frecuencia
  - ✓ No.Día Perdida

- ✓ Indice deGravedad
- ✓ ILI
- ✓ % de Accidentes
- ✓ Días Promedio
- ✓ Incapacidad

ENFERMEDAD PROFESIONAL

Se entiende por enfermedad profesional todo estado patológico que sobrevenga como consecuencia obligada de la clase de trabajo que desempeña el trabajador o del medio en que realiza su tarea, bien sea determinado por agentes químicos, físicos o biológicos.

INDICE DE FRECUENCIA = Número de casos X 1'000,000
- Número de horas hombre trabajadas

INDICE DE SEVERIDAD = Número de días perdidos X 1'000,000
O GRAVEDAD Número de horas hombre trabajadas

DIAS PROMEDIO POR PERSONAS DE INCAPACIDAD POR = Total de días perdidos por incapacidad

ENFERMEDAD PROFESIONAL Total de personas incapacitadas

INVERSION TOTAL EN PROGRAMAS DE SALUD OCUPACIONAL

Debe tenerse en cuenta la planilla de las personas que trabajan en Salud Ocupacional, el valor de los elementos de seguridad y el costo de los demás programas.

RECURSOS HUMANOS Y SUS CALIFICACIONES

Anote quienes son los profesionales y demás personas que componen el equipo que en la empresa trabaja en Salud Ocupacional.

C. VIVIENDA

- PERSONAS SIN VIVIENDA Y POTENCIAL DE USUARIOS
- RECURSOS DEL FONDO DE VIVIENDA
- DESTINO DEL FONDO
  Adquisición
  Mejora
  Liberación de gravámenes
- OTRAS FORMAS DE APOYO PARA VIVIENDA
- NUMERO DE SOLUCIONES

El indicador POTENCIAL DE USUARIOS se refiere al número de trabajadores Jefes de Hogar que no tienen vivienda y que reúnen los requisitos establecidos por la empresa para obtener este beneficio.

En DESTINO DEL FONDO corresponde especificar el número de soluciones de vivienda, su valor total y el porcentaje que corresponde a adquisición, mejora y liberación de gravámenes.

En el Perú existía el FONAVI que era un fondo general de vivienda formado con los aportes de los trabajadores de los sectores público y privado. Sin embargo, la empresa puede, si lo desea, apoyar iniciativas de los trabajadores como es el caso de las Asociaciones de Vivienda.

D. ALIMENTACION

- SERVICIO DE RESTAURANTE
- NUMERO DE USUARIOS
- NUMERO DE SERVICIOS POR DIA
- NUMERO Y CAUSA DE RECLAMOS
- COSTO TOTAL DEL SERVICIO

Total empresa
Total trabajador

De haber SERVICIO DE RESTAURANTE es necesario anotar si es brindado directamente por la empresa, por el sindicato, o por un tercero. Asimismo, el número de usuarios, número de servicios por día y el número y causa de los reclamos, así como la solución que se dio.

Debe anotarse el COSTO TOTAL DEL SERVICIO, distinguiendo el aporte hecho por el trabajador y por la empresa.

Es importante registrar el número y frecuencia de los controles sanitarios, tanto de las instalaciones, los insumos, los procesos y el personal que manipula los alimentos.

E. TRANSPORTE

- SERVICIO
  Propio de la empresa
  Contratado
  En dinero
- COSTO DEL SERVICIO PARA LA EMPRESA

En el SERVICIO DE TRANSPORTE debe anotarse si es propio de la empresa, contratado o si se paga en dinero al trabajador. Asimismo, debe indicarse el número de usuarios, el número de rutas y el número y causa de reclamos.

En cuanto a los PRESTAMOS PARA LA ADQUISICION DE VEHICULOS, debe anotarse su número, por Nivel y por Area y la cantidad en U.M.

De ser el caso, debe registrarse el número de avales que la empresa ha otorgado ante instituciones financieras.

F. SERVICIOS ESPECIALES

- ASESORIA JURIDICA
- ASESORIA TRIBUTARIA
- ASESORIA EN DERECHO DE FAMILIA
- ASESORIA EN SEGUROS
- ASESORIA EN PROGRAMAS DE VIVIENDA
- OTROS

Se debe cuantificar el número de ASESORIAS que presta la empresa a sus trabajadores por Nivel y por Area, especificando el Tipo de Asesoría.

Las Asesorías se brindan gratuitamente y no requieren la existencia de un departamento especializado, ni la creación de nuevos cargos, porque pueden ser prestadas por los profesionales adscritos a la entidad.

Otros servicios especiales pueden ser las ventas de productos que la empresa fabrica y los ofrece a sus trabajadores a menores precios.

10.1.3 INTEGRACION Y DESARROLLO DEL PERSONAL

Existen otros beneficios que ofrece la empresa u organización al personal y que están relacionados con su crecimiento y desarrollo y no solamente con la satisfacción de necesidades básicas como puede referirse el ítem anterior. Estas variables e indicadores corresponde a: comunicaciones, estrategias de participación, capacitación, entre otros.

Un aspecto importante en este punto es que tradicionalmente la capacitación se evalúa en términos de número de programas e inversión solamente dejando de lado la evaluación de aspectos cualitativos tan importantes como crecimiento del personal, logro de objetivos, cambios a partir de la capacitación, maximización de recursos, etc.

La satisfacción de las necesidades del trabajo también se refiere al desarrollo integral del hombre, que contempla aspectos tan importantes como la necesidad de Información, la Integración a la empresa por medio de la Participación, la Capacitación, la Educación y el uso adecuado del Tiempo Libre.

A. INFORMACION Y COMUNICACION

- INFORMACION PARA EL DESEMPEYO DEL CARGO
- COMUNICACION PARA LOGRAR EL SENTIDO DE PERTENENCIA A LA EMPRESA
- CIRCULACION DE PUBLICACIONES

La finalidad de un MECANISMO DE INFORMACION EMPRESARIAL es que el personal obtenga de manera adecuada las informaciones requeridas y deseadas. El tipo y la frecuencia depende de la situación concreta de la empresa y de las necesidades del personal; sin embargo, en cualquier caso, la regularidad es muy importante, ello implica la necesidad de una sección que se dedique exclusivamente a esta tarea.

La INFORMACION se refiere a los mensajes que de manera vertical emite la empresa; por ejemplo, una circular de la Gerencia General para los trabajadores.

La COMUNICACION es el proceso de doble vía por el cual se emiten mensajes a través de diferentes medios y se espera una respuesta del receptor.

En ambas se debe considerar los medios utilizados, el contenido cualitativo y la periodicidad.

El indicador INFORMACION PARA EL DESEMPEÑO DEL CARGO se refiere a la información frecuente que la empresa ofrece al trabajador para el eficaz cumplimiento de las funciones asignadas a su puesto de trabajo. Esto implica conocer con exactitud qué necesidad de información hay en cada una de las secciones de la empresa y cuáles son los medios adecuados para transmitirla, de modo que los destinatarios la puedan aprovechar lo mejor posible. Puede ser relativa a manejo de equipos, organización interna de la empresa, reglamentos, normas, funciones, manuales de productos o servicios, ventas, etc.

MEDIO es el canal a través del cual se emiten los mensajes. Pueden ser escritos, orales o audiovisuales. Esta clasificación debe tenerse en cuenta en las anotaciones.

El CONTENIDO CUALITATIVO se refiere al tema de los mensajes. Puede distinguirse en Información sobre la empresa: Historia, misión, capital, organización, proyectos, etc.; Información sobre el trabajador: Contrato de trabajo, reglamentos, servicios a que tiene derecho por su afiliación al IPSS, AFP, SENATI, etc.; e información específica para el mejor desempeño del cargo.

Debe anotarse el contenido de la información siguiendo esta clasificación.

La PERIODICIDAD se refiere a la frecuencia con la cual se emiten los mensajes. Debe anotarse si la información de la empresa se entrega al personal periódicamente y con qué frecuencia.

La COMUNICACION PARA LOGRAR EL SENTIDO DE PERTENENCIA, complementaria a la política general de la empresa, se desarrolla como un proceso continuado que busca la integración del trabajador a la empresa y la identificación de éste con los objetivos y metas de la misma.

El sentido de pertenencia se manifiesta en el cuidado de equipos, herramientas, instalaciones y materiales de trabajo; en el bajo índice de ausentismo, la mayor productividad, en la actitud de los trabajadores en momentos difíciles de la empresa, en la identificación del trabajador con los objetivos de su empresa y en la satisfacción personal de estar vinculado a ella.

Los MEDIOS más adecuados son los orales, como las reuniones de integración referentes a asuntos laborales, profesionales o sociales; la comunicación interpersonal de los directivos con los grupos básicos o de sección. También son importantes los medios escritos y audiovisuales como los afiches y boletines, en cuya elaboración hayan participado los trabajadores, ya sea con artículos, noticias o novedades. Cabe destacar que los medios sirven como instrumento de canalización de las inquietudes del personal; en esta línea destacan las Encuestas de Opinión.

En el CONTENIDO CUALITATIVO DE LA COMUNICACION tienen singular importancia los temas referidos a la situación, realizaciones y proyectos de la entidad y también aquellos que se refieren a los acontecimientos en la vida de los trabajadores.
Debe anotarse qué medios utiliza la empresa, su periodicidad, el contenido de las comunicaciones, especificando el número de veces que se comunica sobre un determinado tema y en lo posible el grado de participación del personal.

La CIRCULACION DE PUBLICACIONES se refiere a las publicaciones especializadas que llegan a la empresa o que ella emite y que son entregadas a las secciones o departamentos competentes; anotándose el número de ellas, el tema al cual se refieren y el destinatario.

B. DESARROLLO DEL PERSONAL

- ESTRATEGIAS DE PARTICIPACION
- EVALUACION DEL DESEMPEÑO
- ASCENSOS O PROMOCIONES
  Indice por niveles
  Indice por áreas
  Porcentaje sobre el total de Vacantes

El objetivo de la integración contempla la necesidad de que se logre la mayor identificación posible del individuo con su entorno, beneficiándose de ello tanto la empresa como el personal.
Asimismo, las acciones realizadas para alcanzar este objetivo logran que el trabajador se sienta valorado, reconocido y respetado, lo cual redunda positivamente en la elevación de su autoestima y realización personal.

Las ESTRATEGIAS DE PARTICIPACION se pueden definir de acuerdo con la estructura y conveniencia de la empresa. Una manera es la formación de grupos de participación voluntaria por secciones o áreas, donde el jefe o supervisor se reúne con sus colaboradores inmediatos para analizar y buscar soluciones a los problemas que afectan su trabajo cotidiano.

Los grupos también pueden formarse inter-áreas para tratar los problemas que afectan a diferentes funciones relacionadas de la empresa.

Es importante la acogida que brinde la alta Gerencia a las iniciativas emanadas de estas instancias de participación pues redundan no sólo en la elevación de la productividad, sino en la mejora del clima de trabajo y la afirmación del sentido de pertenencia de los trabajadores respecto a su empresa.

Debe anotarse el número de grupos, de participantes, de áreas que cubren y los objetivos que se han logrado a través de ellos.

La EVALUACION DEL DESEMPEÑO permite a la empresa tener información actualizada sobre las calidades, cualidades, intereses y potencialidades del personal, con el fin de responder a sus aspiraciones profesionales y económicas. Se debe cuantificar las evaluaciones realizadas por Nivel y por Area.

El indicador referente a los ASCENSOS O PROMOCIONES se mide con la siguiente fórmula:

- Número de trabajadores promocionados X 100
- Número de trabajadores

Esta fórmula se aplica por Nivel, por Area o respecto al Total; según sea el caso, el Número de trabajadores corresponde al área, al nivel o al total.

El PORCENTAJE DE PROMOCIONES SOBRE EL TOTAL DE VACANTES expresa la relación entre el número de vacantes que fueron cubiertas por trabajadores de la misma empresa y el número total de vacantes disponibles. Su fórmula es:

- Número de Promociones X 100
- Número de vacantes

Es pertinente destacar que este Indice es bastante significativo pues es reflejo de la capacitación y desarrollo del personal.

C. CAPACITACION

- INVESTIGACION DE NECESIDADES
- NUMERO DE PROGRAMAS Y PARTICIPANTES
- COSTO TOTAL
- CAPACITACION CON RECURSOS INTERNOS
- CAPACITACION CON RECURSOS EXTERNOS
- INDUCCION
  Teórica
  Práctica

El cambio acelerado de la economía y la tecnología determina la necesidad de capacitación del personal de las empresas, pues debe adaptarse a las exigencias de las nuevas situaciones. El descuido de la formación y el perfeccionamiento del personal puede tener consecuencias graves para la empresa afectando su competitividad.

La capacitación tiene también como finalidad impartir conocimientos que trasciendan el área en que se desempeña la persona en ese momento.

La INVESTIGACION DE NECESIDADES permite planificar adecuadamente los programas de capacitación de la empresa y distribuir los recursos destinados a este rubro, de manera que respondan a las expectativas del personal y a los requerimientos de la entidad. Debe anotarse el número y el tipo de investigaciones realizadas.

La CAPACITACION CON RECURSOS INTERNOS es la que se brinda con personal de la propia empresa. La CAPACITACION CON RECURSOS EXTERNOS es la que se contrata con personas o entidades externas.

Debe anotarse el número de programas, el número de participantes, el tema del curso y las áreas de trabajo cubiertas.

La INDUCCION es el proceso de acercamiento y conocimiento del nuevo personal a su cargo y a la empresa.

La Inducción teórica se da a través de visitas, audiovisuales y conferencias, entre otros medios.

La Inducción práctica es cuando se da un entrenamiento previo al desempeño del cargo, en una o varias Areas de trabajo.

Debe anotarse con respecto al número total de ingresos, cuántos trabajadores recibieron la Inducción teórica, práctica, o teórica-práctica por Niveles y por Areas.

D. EDUCACION

- PRIMARIA
- SECUNDARIA
- TECNICA
- SUPERIOR
- COSTO TOTAL
- BIBLIOTECA

Debe anotarse el número de trabajadores a quienes la empresa les facilita económicamente recibir educación PRIMARIA, SECUNDARIA, TECNICA Y SUPERIOR, como son las ayudas y becas educativas. Además, debe registrarse las facilidades de tiempo y horario que la empresa brinda al trabajador.

En términos generales las BIBLIOTECAS EMPRESARIALES contienen temas de interés general y temas técnicos y especializados de acuerdo con la actividad de la empresa.
Es importante verificar la intensidad de uso que el personal hace de la Biblioteca y el número de volúmenes de que disponen.

E. TIEMPO LIBRE

- ACTIVIDADES DEPORTIVAS
- ACTIVIDADES CULTURALES
- ACTIVIDADES SOCIALES
- COSTO DEL MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES
- CLUBES DE AFICIONADOS

Esta variable se refiere a las actividades patrocinadas por la empresa o a las que aporta, para que su personal utilice el tiempo libre.

Deben anotarse las ACTIVIDADES DEPORTIVAS, CULTURALES Y SOCIALES que la empresa patrocina sola o conjuntamente con otras entidades, especificando en cada una el Tipo de actividad, el Número de participantes y el Costo total.

El COSTO DEL MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES se refiere al valor que la empresa paga por el sostenimiento de zonas sociales, culturales o deportivas.

Los CLUBES DE AFICIONADOS son los grupos de trabajadores que se reúnen para desarrollar una actividad común diferente a su trabajo, como por ejemplo, Clubes fotográficos, de ciclismo, etc.

10.2 AREA EXTERNA

El AREA EXTERNA comprende los sectores sociales con los cuales la empresa tiene relación, puesto que posibilitan su permanencia y desarrollo.

La Responsabilidad Social de la empresa con cada uno de ellos es diferente, en la medida en que su relación se traduce en diversos servicios y beneficios. Consideramos tres grandes grupos:

- RELACIONES PRIMARIAS
- RELACIONES CON LA COMUNIDAD
- RELACIONES CON OTRAS INSTITUCIONES

10.2.1 RELACIONES PRIMARIAS

Son aquellas que establece la organización en forma directa con sectores o públicos que hacen posible su funcionamiento. Frente a cada uno de estos sectores se definen las variables a estudiar las cuales buscan evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social de la organización con cada uno de ellos. Por ejemplo frente a la familia se pueden evaluar servicios prestados en materia de salud, educación, recreación, préstamos económicos, entre otros beneficios.

Frente a cada uno de ellos, y para efectos de su evaluación, se puede determinar por ejemplo número de servicios, cobertura, inversión, causas que motivaron el servicio, entre otros.

Los sectores que con más frecuencia se evalúan en el área externa son: jubilados, accionistas, canales de distribución, acreedores, proveedores, consumidor final, competencia.

Es importante dejar en claro que frente a cada uno de ellos es necesario identificar las variables e indicadores que permitirán evaluar la gestión que la organización desarrolla frente a cada uno de ellos con el propósito de establecer metas de mejoramiento progresivo.

Aspectos que en general se evalúan son expectativas que estos sectores tienen frente a la organización, servicios que ésta presta, cobertura, inversión, empleo generado, programas especiales, créditos, entre otros.

La empresa posee vínculos sociales y económicos con sectores de la comunidad que tienen expectativas originadas por la relación directa o indirecta que tengan con ella.

La FAMILIA DEL TRABAJADOR contribuye de manera significativa a su mejor desempeño cuando sus necesidades básicas se encuentran satisfechas, lo que incide en la estabilidad del trabajador y traerá como consecuencia una mayor productividad y un mayor sentido de pertenencia.

La Responsabilidad de la empresa con sus PENSIONISTAS abarca también su adaptación a la nueva forma de vida, la mejor utilización de su tiempo libre y el aprovechamiento de sus conocimientos y experiencia.

Las relaciones que la empresa establece con sus ACCIONISTAS, DISTRIBUIDORES, CONSUMIDORES, la COMPETENCIA, los ACREEDORES Y PROVEEDORES, además de ser de tipo económico, son también parte del objetivo social de la empresa, con especial énfasis en la información.

A. FAMILIA DEL TRABAJADOR

- SALUD
- EDUCACION
- RECREACION
- COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO
- PRESTAMOS DE EMERGENCIA
- SALUD

Debe clasificarse el TIPO DE SERVICIOS que la empresa brinda a la familia del trabajador, sea a través de profesionales contratados o indirectamente a través de pólizas de salud. En ambos casos debe considerarse consulta externa, odontología, exámenes de laboratorio, hospitalización, cirugía, etc.

El COSTO de estos servicios generalmente se prorratea entre la empresa y el trabajador, a través de descuentos hechos por planilla.

EDUCACION

Debe especificarse el número de los BENEFICIARIOS de las becas, indicando si se trata del nivel primaria, secundaria, técnica o superior; y el porcentaje que cubren del costo educativo.

RECREACION

Se debe precisar el tipo de ACTIVIDAD: Cultural, deportiva, social y vacacional, entre otras; al igual que el número de beneficiarios y el costo total de los programas.

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO

Cuando las empresas tienen cierto volumen de personal, pueden patrocinar y ayudar en la formación de estas cooperativas, para incentivar el ahorro del personal y sus familiares.

En los casos en que la empresa aporte un porcentaje según lo ahorrado por el trabajador, debe anotarse el monto de este aporte, el número de socios y el valor mensual de los ahorros.

Otro aspecto a tomar en cuenta son los préstamos que se otorgan, anotando el número y valor de los mismos.

PRESTAMOS DE EMERGENCIA

Cuando la empresa tiene la política de otorgar préstamos para cubrir situaciones de emergencia familiar, debe anotarse el número de préstamos, monto de los mismos y la cantidad de trabajadores beneficiados.

B. PENSIONISTAS

- NUMERO DE TRABAJADORES CON PENSION DE JUBILACION
- PROGRAMAS DE PRE-JUBILACION
- PROGRAMAS DE POST-JUBILACION
- COSTO DE LOS PROGRAMAS
- ASOCIACIONES DE JUBILADOS

Cuando nos referimos a Pensionistas estamos aplicando el término al personal que se acoge a la jubilación, bajo los diferentes regímenes (IPSS, AFP, etc.) al cumplir el límite de edad requerido.

Si fuera el caso, debe anotarse el aporte económico de la empresa para complementar la pensión que cobra el trabajador jubilado.

El objetivo de los programas de PRE-JUBILACION es que el empleado asuma una actitud mental positiva, que le garantice que su vida no se acaba con la terminación de su vínculo laboral con la empresa.

Los programas de POST-JUBILACION son un justo reconocimiento a los servicios prestados por todas aquellas personas que contribuyeron al desarrollo de la empresa. Están orientados a la utilización del tiempo libre, el aprovechamiento de su experiencia, capacidades y habilidades en bien de la sociedad. Así tenemos, los grupos de asesores en campos específicos, los círculos literarios, los clubes sociales y terapias de grupo.

Debe anotarse el tipo de programas, costo de los mismos y número de beneficiarios.

Las ASOCIACIONES DE JUBILADOS pueden constituirse por jubilados de una misma empresa o de varias empresas. Debe anotarse el número de asociados y el monto de los aportes de la empresa cuando ésta contribuye a ellas.

C. ACCIONISTAS

- INFORMACION SOBRE LA EMPRESA
  Frecuencia
  Tipo de medios
  Contenido cualitativo
- INFORMACION PARA LA ASAMBLEA

Las relaciones que la empresa establece con los ACCIONISTAS, en el marco del Balance Social, va más allá de la información económica que anualmente les entrega en la asamblea de accionistas.

Considerando que los Accionistas son un pilar fundamental de la empresa, la información debe cumplir con el objetivo de que sean partícipes de la vida de la entidad, de tal manera que ellos tomen parte de las realizaciones, proyectos y dificultades de la institución en la cual han invertido.

Por tanto, la FRECUENCIA de esta información debe ser un proceso continuado que refleje verdaderamente la vida de la empresa. Puede ser mensual, trimestral o semestral.

CONTENIDO CUALITATIVO

La información Económica, además del Balance Financiero, debe incluir lo que se refiere a proyectos de inversión, nuevos productos, apertura de mercados, desarrollo de tecnología propia, sustitución de importaciones, etc. Asimismo, las dificultades que afronta la empresa en el desarrollo de su labor.

Los temas Sociales se refieren a la proyección interna y externa de la empresa, es decir a las acciones que reflejen el cumplimiento de su Responsabilidad Social.

La información referente a la Libre Empresa promueve el papel de la iniciativa privada en el desarrollo del país y en la defensa de los principios democráticos.
Debe anotarse la Información que sobre la empresa se ha entregado a los accionistas, la

Frecuencia de ésta, los Medios utilizados y el Contenido Cualitativo, que puede ser económico, social y sobre la libre empresa.

En cuanto a la INFORMACION PARA LA ASAMBLEA, debe anotarse el tipo de información, especificando si ésta comprende aspectos tales como el número de accionistas, la distribución accionaria, Balance Económico y Balance Social, entre otros.

D. CANALES DE DISTRIBUCION

- MINORISTA
- MAYORISTA
- AGENTE INTERMEDIARIO
  Información sobre la Empresa
  Información sobre el Producto
  Servicios (Asesorías, Garantías, Capacitación)
  Publicidad
  Empleo indirecto generado

Los CANALES DE DISTRIBUCION son los encargados de llevar el producto terminado al consumidor final; siendo los más usuales: Minorista, Mayorista y Agente Intermediario.
MINORISTA

El fabricante entrega su producto a un distribuidor que se conoce comúnmente como Minorista y sus ventas son llamadas al menudeo. Ej.: Tienda de barrio.

MAYORISTA

Posee un mayor poder de compra, lo cual le permite adquirir altos volúmenes, no solamente de un producto sino de varios, los cuales distribuye en diversos puntos de venta, ya que posee fuerza de ventas propia y por lo tanto genera más empleo.

AGENTE INTERMEDIARIO

Es un representante del fabricante que se hace cargo de la venta del producto al mayorista, minorista y consumidor final. Posee concesiones y compromisos especiales con la empresa, como es la exclusividad de la distribución del producto en una determinada zona.
Los indicadores a tenerse en cuenta son los siguientes:

INFORMACION SOBRE LA EMPRESA

Debe anotarse el Tipo y la Frecuencia de la información que la empresa brinda a sus DISTRIBUIDORES con respecto a su historia, misión, organización, funcionamiento, nuevos productos, formas de pago, balance económico y balance social, entre otros.

INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO

Debe anotarse el Contenido de la Información referente al producto, como son sus componentes, peso exacto, utilización, manejo, forma de almacenamiento, diferencias con el producto de la competencia, ventajas, calidad, contra-indicaciones, advertencias, etc. y la frecuencia con que esta información se brinda a los DISTRIBUIDORES.

SERVICIOS

Deben anotarse los Servicios que la empresa ofrece a sus Distribuidores, para que conozcan más el producto, sean más eficientes en su manejo y puedan servir mejor al consumidor final. Los Servicios pueden ser Asesorías, Garantías y Capacitación.

ASESORIAS. Es función del fabricante prestar toda la asesoría profesional y técnica a sus distribuidores, a fin de que posean la información necesaria para su labor de ventas, identificándose con la empresa y con el producto de tal forma que puedan ofrecer asesoría eficiente al consumidor final. Debe anotarse el Tipo, la Frecuencia y el Número de Participantes de los programas de asesoría.

GARANTIAS. Son los compromisos que el fabricante tiene con los distribuidores y con el consumidor final para dar respuesta a los reclamos y requerimientos de éstos con respecto al producto, como puede ser el suministro adecuado de repuestos. Anótese el Tipo de Garantías que el fabricante ofrece.

CAPACITACION. Debe ser administrativa y técnica principalmente, con el fin de que los distribuidores puedan dar un eficiente manejo al producto, haya unidad de criterios de venta y se de una mejor atención al consumidor. Debe anotarse el Tipo de programas de capacitación, su Frecuencia y el Número de Participantes.

PUBLICIDAD

Cuando la publicidad la realiza el Fabricante conjuntamente con los Distribuidores, debe anotarse el Tipo de Campaña Publicitaria, los Medios utilizados y los Costos, especificando la Participación porcentual del fabricante y del distribuidor.

EMPLEO INDIRECTO GENERADO

Cuando el distribuidor es exclusivo puede cuantificarse el empleo directo generado por éste como empleo indirecto de la empresa.

E. CONSUMIDOR FINAL

- INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO
- SERVICIOS DE POST VENTA

El CONSUMIDOR FINAL constituye el objetivo fundamental del fabricante porque de su actitud depende la permanencia del producto en el mercado y la existencia misma de la empresa.

El producto debe responder a las expectativas del Consumidor y la empresa tiene la Responsabilidad de garantizar calidad, precio justo y servicio.

El fabricante debe suministrarle toda la INFORMACION sobre el producto, si fuera posible superando lo exigido por la ley, como componentes, peso exacto, modo de utilización, calidad, ventajas, contraindicaciones, advertencias, etc.

Otro aspecto importante para el Consumidor Final es el que se refiere a los SERVICIOS DE POST VENTA ofrecidos por el fabricante y los canales de distribución, tales como repuestos, garantías, reposiciones, etc.

Debe anotarse la Información que suministra el fabricante sobre el producto, así como el Tipo de Servicios de Post Venta que brinda.

F. COMPETENCIA

- CONSORCIOS
- CONVENIOS DE COOPERACION
- CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Deben anotarse los CONSORCIOS o ACUERDOS que la empresa celebre con sus competidores para aprovisionamiento de insumos u otras áreas de interés común.

Igualmente debe indicarse los CONVENIOS DE COOPERACION por medio de los cuales los competidores se comprometen a trabajar en un campo específico común a todos, con el objetivo de estimular, ayudar, enseñar, etc., de tal forma que se beneficie la comunidad y de alguna manera la empresa, por ejemplo, control del medio ambiente, reciclaje de deshechos industriales, etc.

La CAMPAÑAS INSTITUCIONALES son aquellas que efectúan los competidores para patrocinar un programa o actividad que beneficie a la comunidad o a su sector empresarial, sin hacer mención de ellas en particular; por ejemplo, las textileras se unen en una campaña contra el contrabando de textiles, etc. Debe anotarse el Número de Campañas y el Objetivo de las mismas.

G. ACREEDORES

- INFORMACION
- PAGOS OPORTUNOS
- ACUERDOS

Si bien es cierto que las entidades financieras exigen a la empresa toda la información Económica y Social, también es cierto que la empresa debe cumplir este requisito con los demás acreedores, puesto que la Información Oportuna y veraz sobre la empresa posibilita un mejor entendimiento. Debe anotarse el tipo y la frecuencia de la información.

PAGOS OPORTUNOS

El Pago Oportuno de sus obligaciones permite a los Acreedores desarrollar eficientemente su labor, continuar creciendo y mantenerse dentro del mercado, respondiendo a su vez a sus propias obligaciones laborales y sociales.

Debe anotarse el cumplimiento con los vencimientos.

En circunstancias excepcionales las empresas establecen con sus Acreedores ACUERDOS de pago en busca de soluciones que beneficien a ambos. Debe anotarse el número y tipo de ellos.

H. PROVEEDORES

- INFORMACION SOBRE LA EMPRESA
- INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO
- EMPLEO INDIRECTO GENERADO

La relación de colaboración mutua y apoyo recíproco que se establece entre la Empresa y los Proveedores va a permitir que ambas partes obtengan beneficios concretos y la empresa se acerque al objetivo de Calidad Total.

La INFORMACION SOBRE LA EMPRESA dirigida al Proveedor permite que éste conozca además de su estructura y el balance económico y social, también la capacidad instalada, características de los equipos o maquinarias, niveles de producción y tipos de productos.

La INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO permite al proveedor conocer sobre los requerimientos en cuanto a las materias primas, proceso de elaboración, calidad, empaque, preferencias de los consumidores, etc.

Debe anotarse el tipo y la frecuencia de la información.

Cuando el proveedor es exclusivo puede determinarse como EMPLEO INDIRECTO de la empresa, el empleo directo generado por el proveedor.

10.2.2 RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Uno de los sectores con los que interactúa la organización, y que merece especial atención es la comunidad entendiendo ésta en tres dimensiones: local, sociedad y sector público.

La comunidad local es el entorno geográfico más inmediato, es quien en muchos casos recibe directamente los beneficios o perjuicios de la actividad industrial, es la que hace posible el desarrollo de la organización aportando mano de obra, y quien genera expectativas como generación de empleo, crecimiento, desarrollo del sector, etc. Algunas de las variables a estudiar son: empleo generado tanto directo como indirecto, obras de infraestructura (alumbrado público, escuelas, unidades deportivas, carreteras, puestos de salud), protección del medio ambiente, desarrollo de líderes, etc.

Con respecto a la sociedad: desarrollo de nuevos productos que pueden implicar generación de empleo, desarrollo de tecnología propia, sustitución de importaciones lo cual permite ahorro de divisas, programas especiales de desarrollo de la sociedad como campañas institucionales de beneficio común, etc.

Frente al sector público: pago de aportes para fiscales, impuestos, participación en proyectos de interés publico.

Las acciones que la empresa realice en beneficio de su COMUNIDAD LOCAL y de la SOCIEDAD en general, son la respuesta a la posibilidad que estos sectores le han dado de surgir, permanecer y progresar.

La Responsabilidad Social de la Empresa con el SECTOR PUBLICO se refiere, además del pago de impuestos y aportaciones, a la participación con su experiencia y conocimientos en el desarrollo de proyectos y en entidades públicas.

A. COMUNIDAD LOCAL

- NUMERO DE TRABAJADORES

- PROGRAMAS CON LA COMUNIDAD LOCAL
- ASESORIA A LA COMUNIDAD
- CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE

La COMUNIDAD LOCAL es el municipio donde está localizada la empresa. Cobra mayor importancia cuando la localidad no es capital de departamento o es una zona económica y socialmente deprimida.

El primer beneficio para la comunidad que alberga a la empresa es el empleo generado en la región, por tanto, debe anotarse el Número de Trabajadores que la empresa emplea del mismo municipio y el Porcentaje que representa con relación al número total de sus trabajadores.

Los PROGRAMAS CON LA COMUNIDAD LOCAL son de varios tipos. La contribución que la empresa hace voluntariamente para mejorar el alumbrado público, teléfono, mantenimiento de vías, señalización, etc., corresponde a INFRAESTRUCTURA.

En EDUCACION debe anotarse si la empresa donó una escuela, un aula, un laboratorio, premios a maestros destacados, etc. Semejante es el indicador de SALUD. En RECREACION se incluyen los programas relativos a la cultura en todas sus manifestaciones, ya sean sociales, deportivas, etc. Parte de los programas CIVICOS son las campañas que la empresa realiza para el cuidado y mantenimiento del orden de la comunidad.

La colaboración de la empresa en la CREACION DE EMPLEO contribuye a satisfacer una de las necesidades más apremiantes en nuestros países. Más allá del empleo directo o indirecto generado, se trata del apoyo que puede dar a la creación y desarrollo de microempresas, bien sea por medio de asesorías o facilitándoles la colocación de sus productos mediante mecanismos como la sub-contratación.

Debe anotarse el Tipo de programas, su Costo y, de ser posible, el número de beneficiarios.

ASESORIA A LA COMUNIDAD se refiere a la Asesoría que la empresa brinda a instituciones cívicas, culturales y deportivas, entre otras, para la solución de problemas, investigación de necesidades o promoción del desarrollo local.

Debe anotarse el Número y Tipo de asesorías.

La CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE comprende las actividades que la empresa realiza para que la comunidad local no se perjudique con su producción industrial. Por ejemplo, programas para minimizar factores de riesgo como ruido, polvo, deshechos, etc. Debe anotarse el Tipo de programas y el Costo.

B. SOCIEDAD

- APERTURA DE NUEVAS OFICINAS Y PLANTAS
- DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y TECNOLOGIA PROPIA
- SUSTITUCION DE IMPORTACIONES
- PROGRAMAS ESPECIALES

Los indicadores de la Variable SOCIEDAD comprenden la proyección social de la empresa en un entorno más amplio que el de su comunidad local, de tal forma que su impacto se extiende a la sociedad en general.

APERTURA DE NUEVAS OFICINAS Y PLANTAS

Se trata de la expansión de la empresa en comunidades diferentes a su sede principal, realizando una política de descentralización industrial que conduzca a una utilización más racional del

espacio. Debe anotarse el Número de oficina o Plantas nuevas y el Número de empleos directos generados.

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y TECNOLOGIA PROPIA

El lanzamiento de un Nuevo Producto, de por sí resaltable, es importante también por lo que significa respecto a una necesidad del Mercado y el Empleo que genera.

El desarrollo de TECNOLOGIA PROPIA es una importante contribución de la empresa a la sociedad por el Empleo que genera, la Mejora de la Calidad de los productos y la mayor capacidad de Desarrollo Tecnológico del país.

SUSTITUCION DE IMPORTACIONES

Deben anotarse los Productos o Insumos que comenzaron a fabricarse en la empresa, en reemplazo de los importados; el Empleo que se generó y el Monto de las Divisas que ahorró el país por efecto de la sustitución.

EXPORTACIONES

Debe indicarse el Monto de las Divisas que le reportó al país la exportación de productos de la empresa.

PROGRAMAS ESPECIALES

Son los que la empresa desarrolla en campos como tecnología, infraestructura, educación, salud y recreación, entre otros; en el marco de la sociedad en general. Lo mismo sucede en el caso de la contribución a las soluciones de desastres o tragedias naturales. Anótese el Tipo de Programa y el Costo de cada uno.

C. SECTOR PUBLICO

- IMPUESTOS
  Municipales
  Nacionales
- APORTACIONES
- IPSS
- FONAVI
- SENATI
  Subsidio Familiar
  Accidentes de Trabajo
- PARTICIPACION EN PROYECTOS DEL SECTOR
- PUBLICO DE INTERES REGIONAL O NACIONAL
- PARTICIPACION DE EMPLEADOS EN ENTIDADES PUBLICAS
- IMPUESTOS Y APORTES

Debe anotarse el valor total de los Impuestos y Aportaciones pagados por la empresa, discriminando cada concepto.

PARTICIPACION EN PROYECTOS DEL SECTOR PUBLICO DE INTERES REGIONAL O NACIONAL

Debe precisarse la Participación de la empresa en el desarrollo de obras o actividades que beneficien a la comunidad regional o nacional. Por ejemplo, en la presentación de alternativas para el desempleo, la contaminación ambiental y la seguridad.

PARTICIPACION DE EMPLEADOS EN ENTIDADES PUBLICAS

Las empresas tienen personal calificado y competente que puede poner al servicio de la solución de numerosos problemas administrativos, técnicos y sociales que se plantean en la gestión pública.

Este indicador se refiere a la participación de funcionarios de la empresa en cualquier entidad del sector público, ya sea de carácter prolongado o temporal.

10.2.3 RELACIONES CON OTRAS INSTITUCIONES

Son las relaciones de la empresa con los GREMIOS, los MEDIOS DE INFORMACION y la UNIVERSIDAD, puesto que estas instituciones contribuyen a la creación y permanencia de la libre empresa.

La relación con los Gremios y la Universidad es retroalimentadora, ya que ambos contribuyen al desarrollo de la empresa y ésta a su vez participa activamente en la vida de ellos.

La Responsabilidad Social con los Medios de Información es muy importante porque a través de ellos la empresa satisface la necesidad de información que tiene la Opinión Pública y por su intermedio se promueven los principios de la libre empresa y la libertad individual.

A. GREMIOS

- AFILIACION
- SENTIDO DE PERTENENCIA
  Participación
  Utilización de los Servicios
- APORTES ECONOMICOS

Las empresas tienen la necesidad de afiliarse a gremios empresariales que las representen ante sus interlocutores económicos y sociales con posiciones unificadas, para lograr una defensa más efectiva de sus intereses, contribuir al desarrollo y consolidación de la libre empresa y al fortalecimiento de la democracia, que es interés general de la Nación. La importancia e influencia del gremio depende de la representatividad que tenga.

Los objetivos de los gremios "son la representación de los afiliados frente a terceros, en especial frente al Gobierno y las Centrales Sindicales, la participación en los procesos de desarrollo económico y social del país, la prestación de servicios y la promoción de los intereses de los afiliados ante la opinión pública y el Gobierno."

Las relaciones de los gremios con el Gobierno van desde la consulta hasta el acuerdo, pasando por el flujo de información en los dos sentidos, las relaciones con el Congreso de la República, la participación en Directorios de entidades públicas y en instituciones tripartitas.

La participación de los gremios empresariales en las cuestiones económicas y sociales se agrega a su activa participación como fuerza de opinión, como grupo de consulta frente al Gobierno, el Congreso y los medios de comunicación social. Algunos han ido más lejos, llegando a asumir de manera continua el liderazgo nacional.

Ante esa labor, la empresa tiene una Responsabilidad Social con su gremio que se puede tratar de medir mediante los siguientes indicadores:

AFILIACION A LOS GREMIOS

La empresa puede pertenecer a varios gremios que tienen objetivos y servicios diferentes, los cuales deben responder a sus necesidades y expectativas. Anótese los Gremios a los cuales pertenece.

SENTIDO DE PERTENENCIA

El Sentido de Pertenencia de la empresa hacia el Gremio se mide por la participación de ésta en sus Organismos de Dirección, en sus Actividades y en la Utilización de sus Servicios y de la Información.

PARTICIPACION

Es importante la activa participación del empresario en la vida y desarrollo del gremio a través de su presencia en Asambleas, Organismos de Dirección, Comités Sectoriales, Temáticos o de Areas específicas.

También es responsable de participar en las actividades que el gremio le ofrece, como son los Seminarios y las Investigaciones, obteniendo de ello beneficio para su sector y para su empresa.

Asimismo, es importante tener en cuenta los SERVICIOS ESPECIALES que la empresa presta al gremio, como la disponibilidad de empleados para brindar asesoría o efectuar un servicio específico.

Debe anotarse si la empresa participó directamente en la última Asamblea del Gremio, o si delegó su voto. Si pertenece a uno o varios Organismos de Dirección o Comités. También, en cuales Seminarios e Investigaciones ha participado durante el período que se evalúa. Finalmente que Servicios Especiales presta la empresa al gremio.

UTILIZACION DE LOS SERVICIOS

Los servicios que el gremio le brinda a la empresa son variados, tales como: Consultas, Gestiones, Información, Investigaciones, Servicios Especiales y Biblioteca.

Respecto a CONSULTAS debe anotarse los Temas sobre los cuales se consultó al gremio con mayor frecuencia, o cuyo impacto es significativo.

En lo que concierne a GESTIONES, debe anotarse el tipo de Diligencias que el gremio realizó ante el Gobierno u otras entidades, con el fin de lograr un beneficio específico para la empresa o sector.

Uno de los servicios más importantes que la empresa recibe de los gremios es el que se refiere al flujo constante de INFORMACION sobre temas generales y especializados. La misma que debe llegar a los funcionarios respectivos con el fin de que sea realmente efectiva para el desarrollo de la empresa.

Debe registrarse las INVESTIGACIONES desarrolladas por el gremio y que han sido de utilidad para la empresa, incluyendo las realizadas a su solicitud.

También la empresa se beneficia de los SERVICIOS ESPECIALES que le brinda el gremio, tales como los Convenios con entidades internacionales en materia de capacitación, transferencia de tecnología, pasantías, etc. Asimismo, debe anotarse la participación de empleados como representantes del Gremio en eventos internacionales, lo cual beneficia a la empresa y al sector.

Respecto a la BIBLIOTECA, anótese la frecuencia con que la empresa utiliza los Servicios de la Biblioteca y el tipo de servicio, como Reproducción de documentos, bibliografías especializadas, préstamo de libros, etc.

APORTES ECONOMICOS

Es muy importante que los aportes económicos de la empresa se hagan dentro de los plazos previstos, porque de ello depende el eficaz funcionamiento del Gremio. Debe anotarse si la empresa ha abonado puntualmente sus Cuotas Ordinarias y qué Cuotas Extraordinarias cotizó en el período.

B. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- INFORMACION ENVIADA
- PRESENCIA DE LA EMPRESA EN LOS MEDIOS DE
- INFORMACION

- ARCHIVO DE PRENSA

La relación de la empresa con los MEDIOS DE COMUNICACION reviste especial importancia, ya que a través de ellos se llega a la comunidad para formar opinión pública de la empresa en particular y de la libre iniciativa en general.

La Responsabilidad Social de la empresa de informar sobre sus actividades y su proyección a la comunidad se facilita si mantiene un flujo de información permanente y continuo hacia los Medios y sostiene relaciones profesionales adecuadas con ellos, sea la prensa, la radio o la televisión. Para lograrlo es recomendable que estas relaciones estén a cargo de un profesional de las comunicaciones, bajo la orientación directa de la Alta Dirección.

La información que brinda la empresa satisface la necesidad de la sociedad de conocer su realidad en cuanto a actividades, programas y resultados. Contribuye a difundir las ideas y puntos de vista del empresario. Completa y equilibra informaciones a menudo parciales y ayuda a los periodistas a realizar su labor informativa.

Un ARCHIVO DE PRENSA se forma recopilando toda la Información que sobre diferentes aspectos de la empresa se publica en las Medios. Si es Medio Escrito debe hacerse cronológicamente, por temas, especificando la ubicación (página editorial, económica, primera plana, etc.) y el espacio dedicado (por centímetros y por columnas). Si es Medio Oral debe tenerse en cuenta si fue Radio o Televisión, el tema y si fue noticia o declaración. Se mide por minutos.

Debe anotarse los Medios a los cuales se envió información sobre la empresa y el tipo (económico, social, etc.). Igualmente qué acogida tuvo la información enviada o sea la PRESENCIA DE LA EMPRESA EN LOS MEDIOS DE INFORMACION, anotándose en qué Medios se publicó y cual fue el Tipo de la información. Asimismo, anótese si lleva un Archivo de Prensa.

C. UNIVERSIDAD

- INTERCAMBIO DE SERVICIOS
- PRACTICA DE ESTUDIANTES
- INTERCAMBIO DE SERVICIOS

La empresa está estrechamente ligada a la UNIVERSIDAD porque de ella proviene la mayor parte de sus directivos y empleados. Por su parte, la Universidad debe recibir de la empresa una contraprestación que puede circunscribirse a los siguientes aspectos.

INVESTIGACION Y CONSULTORIA

La Universidad posee la infraestructura, el personal y la capacidad para desarrollar investigaciones y consultorías en áreas de interés para la empresa, lo cual debe aprovecharse en beneficio de ambas partes. Debe anotarse el Número y Tipo de Investigaciones y Consultorías que la empresa contrató con la Universidad o que desarrollaron conjuntamente.

ASESORIA

La experiencia de la empresa en campos determinados de la producción puede transferirse a la Universidad a través de sugerencias o programas. También puede ser en áreas administrativas o de gestión. Anótese el Tipo de Asesorías que la empresa ha brindado a la Universidad.

LABORATORIOS

Se refiere a las Donaciones de equipo y material para laboratorios que la empresa hace a la Universidad y su costo. También debe tenerse en cuenta la utilización que hace la empresa de estos laboratorios.

DOCENCIA

Debe anotarse el Número de Profesionales que la empresa permite que estén vinculados a la Universidad a través de la cátedra.

CONFERENCIAS

Anote el Número y Tema de Conferencias que los profesionales de la empresa dictaron en la Universidad.

CONVENIOS

Debe anotarse si la empresa ha suscrito Convenios de Cooperación con la Universidad, su alcance y beneficios para ambas partes y para la comunidad. Por ejemplo, Pasantías de docentes de la Universidad en la empresa, Investigación y Desarrollo de nuevos productos, procesos o tecnología, etc.

PRACTICA DE ESTUDIANTES

Muchas empresas suelen dar a los estudiantes la oportunidad de completar su formación a través de prácticas pre-profesionales en las áreas específicas de su especialidad. Debe anotarse el Número de Estudiantes en práctica, el Costo de éstas y la Frecuencia, especificando si son ocasionales o permanentes.

CAPÍTULO XI
CONTABILIDAD SOCIAL

La Contabilidad Social es la etapa de recolección de información, está orientada a cuantificar y medir dicha gestión a partir de la información que se recopila. Esta información debe ser objetiva, actualizada, veraz, suficiente y real, es decir debe ser el reflejo fiel de la situación organizacional al finalizar el período a evaluar, de tal manera que permita obtener conclusiones y recomendaciones ajustadas a la realidad.

Cuando esta etapa concluye, se tendrá lista toda la información que permitirá un análisis e interpretación objetivos de la realidad y la elaboración de un diagnóstico que constituirá un punto de partida para determinar las metas o puntos de mejoramiento para el período siguiente, lo cual pudiéramos llamar el presupuesto social de la organización. La primera experiencia de las organizaciones en este tema, terminaría en esta fase con el análisis, interpretación y presentación del Informe Social.

11.1 ORIGEN Y PARADIGMAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

Según el CPC. DÍAZ INCHICAQUI, Miguel (2003) la Contabilidad Social tiene su origen y paradigmas según los siguientes aspectos:

11.1.1 ORIGEN DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

El origen evolutivo de la contabilidad social se sustenta en las siguientes teorías:

- **La teoría neoclásica o marginalista**, hay dos corrientes en el estudio de la contabilidad medioambiental cuyo origen teórico puede encuadrarse en la economía neoclásica:

  - **Teoría del beneficio verdadero**, esta teoría sostiene que la empresa en la determinación de sus resultados ignora los efectos sociales y medioambientales por lo que, la información dada a través de la contabilidad social podría medir su contribución neta a la sociedad. Para determinar esta contribución se debe considerar los efectos externos sociales y medio ambientales que es originada en el proceso productivo, considerando necesario la valoración de esos efectos externos generados en la economía medioambiental. Este proceso de valorización medioambiental tiene muchas limitaciones ya que es inaceptable moralmente monetizar ciertos aspectos de la vida humana o la extinción de alguna especie, ya que existe una dificultad en elegir una tasa de descuento social, por ejemplo, para la valorización del efecto de los costos nucleares futuros; estas dificultades operativas e inconsistencias a los modelos de valorización han conducido a esta teoría a una solución práctica "calcular el costo para evitar los efectos externos sociales y medioambientales".

  - **La teoría de utilidad**, esta teoría sostiene que las empresas deben informar a la sociedad aquellas actividades que realizan y las afecta con la finalidad que exista evidencia para que los usuarios individuales la consideren en la toma de decisiones, además de generar evidencia para que el mercado de capitales utilice esta información en la determinación de los valores adecuados que circulan en ella, es decir, la información medioambiental debería implicar un cambio en la valorización de activos, de las empresas.

- **Teorías Institucionales**, genera dentro de ella las siguientes teorías:

  - **Teoría del partícipe.** Esta teoría es una extensión democrática ya que menciona que la democracia no ha de ser vasalla sólo de los propietarios del capital, promoviendo la responsabilidad social y medioambiental que tienen las empresas con la sociedad. Bajo esta teoría la contabilidad debe servir para que las empresas

rindan cuentas de los mecanismos coercitivos determinados por el Estado bajo contrato social con la finalidad de informar de estos asuntos a los individuos, organizaciones y a la sociedad en su conjunto de los que depende la empresa.

- **Teoría de la legitimación**. La legitimidad institucional se da a través de mecanismos coercitivos y/o miméticos, ya que la mayor parte de las empresas no informan sobre los aspectos medioambientales, sin embargo, sostiene que la cantidad y calidad de la información social sea modificada como resultado de la existencia de una brecha de legitimidad.

- **Teoría constructivista**. La Contabilidad es un influyente mecanismo de gestión económica y social por lo que se le considera como un elemento importante para la construcción social de la realidad. Esta teoría sostiene que podría elaborarse una contabilidad no excluyente bajo mecanismos de institucionalización, ya que la contabilidad tradicional no considera al medio ambiente como parte de la información a divulgarse.

- **Teoría Crítica**. Esta teoría sostiene que la producción social es una confluencia de esfuerzos que hace la sociedad para llegar al fruto social; sin embargo, observa que sólo se recompensa al individuo que participa en esta producción a través de un salario dejando de lado a los otros factores que participan en esta producción social. Esta teoría analiza las clases y comportamientos del mercado, la determinación del valor de los bienes y servicios, y al Estado que como cualquier organización participa bajo sus propios intereses. Es decir, a través de estos informes contables se tiene una visión más emancipada de la motivación humana al reconocer en ella la existencia del poder y de los conflictos en la sociedad que afectan la distribución de la riqueza, y renta, destacando la importancia de los entornos históricos e institucionales de la sociedad.

11.1.2 EL RECONOCIMIENTO DE "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA"

Existen distintas definiciones y posiciones acerca de lo que se entiende por responsabilidad social de la empresa, en consonancia con el papel otorgado a la empresa en la sociedad, ya que la empresa moderna no puede limitarse a la responsabilidad única de ofrecer bienes y servicios, sino que debe incrementar sus objetivos empresariales incorporando los que hacen referencia al entorno natural y social con el que potencialmente puede relacionarse cada una de ellas. Para desarrollar esta responsabilidad debe tenerse en cuenta las necesidades e intereses de los grupos sociales que puedan verse afectados por la actuación de la empresa o entidad.

Esto conlleva a manifestar que el concepto de responsabilidad social no ha sido el mismo en las distintas épocas, ya que hasta la primera mitad del siglo XX no existía como tal, posteriormente las empresas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad participando en el bienestar de la sociedad a través de actividades sociales.

Recién en la segunda mitad del siglo XX la sociedad toma conciencia de la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, reconociéndose asimismo los daños y riesgos que el mismo ocasionaba en su entorno. Esto último originó una presión para que el gobierno interviniese imponiendo normas con el fin de la protección del interés público y los recursos naturales. En esta evolución de la responsabilidad social muchas empresas, instituciones y gobierno intentan encontrar un método de hacer frente al cambio social que se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del gobierno y la propia sensibilidad de las empresas.

Como vemos las entidades empresariales modernas tienen que ensanchar sus funciones y objetivos de negocios como consecuencia de la asunción de nuevas responsabilidades sociales, pasando de la maximización del beneficio a la incorporación de aspectos sociales y naturales en el

ámbito de sus propias decisiones. Esta responsabilidad social va a ir cambiando tal como evolucionen las expectativas de actuación que se generen en el entorno empresarial de los negocios.

En conclusión, empresa, gobierno y sociedad han ido interrelacionando de tal forma que han cambiado sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los distintos partícipes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales.

11.1.3 LA CONTABILIDAD SOCIAL: CONCEPTO Y OBJETIVOS

Las nuevas responsabilidades sociales que aparecen para las empresas suponen el incremento de demandas informativas, tanto desde el exterior como para la gestión de la entidad. Como consecuencia las compañías han venido elaborando una serie de informaciones para cubrir esas demandas.

La agrupación de todos estos datos se le ha denominado de diversas maneras como son: información social de la empresa, información o contabilidad sobre la responsabilidad social, información de base social, contabilidad social, etc. Con el objetivo de homogeneizar la nomenclatura la denominaremos Contabilidad Social o de base social, en la que se incluyen las informaciones que genera la entidad para reflejar diversos aspectos sociales sobre los que puede impactar su actividad como son cuestiones relativas a los empleados, la comunidad social, el medio ambiente y otras cuestiones éticas.

En América Latina en las décadas de los sesenta y ochenta había una mínima trascendencia de la responsabilidad social de las empresas hacia la sociedad porque sólo se dedicaban a realizar su papel principal y culturalmente atribuían el aspecto social al Estado; posteriormente, por los años noventa después de la etapa de privatización y desregulación de la economía nos incorporamos tardíamente al modelo anglosajón que hablaba de la responsabilidad social de las empresas asociada a los problemas medioambientales.

11.1.3.1 CONCEPTOS

Existen diversas definiciones y conceptualizaciones para enfocar lo que se entiende por Contabilidad Social. Estas definiciones se diferencian por los temas o áreas objeto de tratamiento y por el ámbito económico en la que va a ser utilizado, como ejemplo de las diferentes definiciones que existen podemos mencionar algunas que consideramos son las más importantes:

- American Accounting Association no establece una definición propia de contabilidad social, la define utilizando el concepto genérico de la contabilidad manifestando que "La contabilidad es la técnica y/o ciencia de medición e interpretación de las actividades y fenómenos que son de naturaleza económica y social esencialmente".

- Otros como SELDLER y SEIDLER manifiestan que la contabilidad social es la "Modificación y aplicación de las prácticas, técnicas y disciplina de la contabilidad convencional, al análisis y solución de los problemas de naturaleza social".

- Para RAMANATHAN es el "Proceso de selección de variables del comportamiento social de la empresa, las medidas y los procedimientos de medición, el desarrollo de información útil para la evaluación del comportamiento social y la comunicación de esa información a los grupos sociales interesados".

- GRAY, OWEN y MAUNDERS consideran que la contabilidad social puede tener dos sentidos:la primera a través de la "Presentación de la información financiera acerca de los costos y beneficios relativos al impacto del comportamiento social de la empresa" y la segunda a través de una "Presentación periódica de un informe social de la entidad".

- Por último consideramos la definición de MATHEWS y PERERA que supone "la ampliación de los objetivos de la contabilidad tradicional hacia nuevas áreas de información como la información sobre empleados, productos, servicios al vecindario y la prevención o reducción de la contaminación".

De todas estas definiciones descritas podemos esbozar una que reúne nuestro pensamiento manifestando que la Contabilidad Social es el: **"Proceso de comunicar los efectos sociales y medio ambientales de la actividad económica de las organizaciones a determinados grupos de interés en la sociedad y a la sociedad en su conjunto. Como tal, implica extender la responsabilidad de las organizaciones (particularmente las empresas) más allá del papel tradicional de proporcionar estados financieros a los propietarios del capital o inversionistas (particularmente a los accionistas). Tal extensión se basa en que las empresas tienen responsabilidades más amplias que hacer dinero para sus accionistas".**

11.1.3.2 OBJETIVOS

De las diferentes conceptualizaciones que hemos analizado sobre la Contabilidad Social podemos distinguir diferentes objetivos, siendo las más importantes las siguientes:

- Identificar y medir la contribución social neta de la empresa en la información que reporte anualmente en sus estados financieros o en informes separados que expongan de manera transparente el comportamiento social de la empresa en el denominado "balance social".

- Suministrar información para la toma de decisiones sobre políticas y prácticas sociales que adopte la empresa en el nivel estratégico de la organización.

- Contribuir a determinar si las estrategias y prácticas sociales de la empresa son consistentes con las prioridades sociales.

- Informar a la colectividad sobre la contribución social de la empresa ya sea en los campos de impacto medioambiental como en los de recursos humanos y éticos.

11.1.4 TEORÍAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

Las teorías de la contabilidad social son las siguientes:

1) **Paradigma funcionalista o de mercado**. Este paradigma incorpora todas las teorías basadas en la teoría económica neoclásica y la teoría clásica de gestión. Los argumentos en los que se apoya para explicar la presentación de información son aquellos relacionados con el mercado. Algunas de las ideas principales que sostienen son las siguientes:

   - El objetivo de la información de tipo social es ofrecer datos útiles a los accionistas y los mercados financieros pues dicha información puede influir en la valoración de las acciones. El usuario básico de la misma es, por lo tanto, el inversor.

   - Los defensores de estas posiciones consideran que no debe imponerse ningún requerimiento relativo a la responsabilidad social a las entidades, ya que es considerado como una aplicación incorrecta de los fondos de los accionistas.

   - La maximización de la satisfacción social se logra a través del libre mercado.

   En resumen, éstos son los posicionamientos tradicionales en los que el funcionamiento del mercado es el que explica todas las actuaciones relativas a la elaboración y

presentación de diversos tipos de información de los cuales las de carácter social ocupan un puesto cada vez más relevante. Por tanto, este paradigma se apoya en justificaciones puramente económicas.

2) **Paradigma interpretativo o social.** El paradigma interpretativo se basa en argumentos sociales que consideran la existencia de un mundo social con una pluralidad de agentes usuarios de la información social generada por las entidades económicas. La información de base social ya no va dirigida principalmente al inversor, sino que también interesa a los empleados, clientes, público en general, administraciones y organismos públicos, ONGs, etc. Existe una multiplicidad de usuarios.

La respuesta de los mercados de capitales ante la contabilidad social no tiene tanta relevancia para los nuevos grupos de usuarios, sino que es preciso abordar un debate moral relativo a la actuación de las empresas en la sociedad en la que operan.

Por lo tanto, estos argumentos se utilizan cuando la información de tipo social se presenta para establecer la naturaleza moral de la empresa con el fin de satisfacer el contrato social de la misma y para legitimar y justificar las actividades de estas entidades ante la sociedad en general.

En consecuencia, estos argumentos se traducen en diversos enfoques que son considerados de carácter moderado.

Los principales enfoques y características existentes son:

Estos enfoques se consideran de carácter moderado porque el estado actual no es rechazado por completo (argumentos radicales), ni aceptado su totalidad (argumentos de mercado).

3) **Paradigma Radical.** Consiste en líneas de pensamiento con un planteamiento crítico sobre la situación existente. Está basado en los argumentos de los "teóricos críticos" que creen en un modelo de sociedad alternativo al actual, así como un papel distinto para la contabilidad. Una de las teorías dominantes es la Economía Política que rechaza las soluciones de mercado y considera que la estructura de la sociedad es la que determina todo lo que acontece en la misma. Según MATHEWS las características básicas que se desprenden de los estudios realizados con este enfoque son:

- El mercado debe ser abolido o debe perder su supremacía como medio de asignación de recursos.
- Las empresas están organizadas y operan para explotar las relaciones de poder.
- Tal como está organizada la profesión contable está dedicada a mantener el status quo uniéndose a una de las partes del conflicto social (el capital), y excluyéndose de la otra parte (el trabajador).
- La profesión contable mistifica los procesos para ejercer el poder basándose en los valores de la economía marginal.
- Los contables ignoran el alcance para el que la disciplina ha sido y está siendo construida dentro de la sociedad.
- La contabilidad como disciplina debe cambiar para rendir cuentas de las relaciones sociales de una forma más amplía a la actual.

- Los contables, auditores, profesores de contabilidad y estudiantes deben darse cuenta de que tienen la oportunidad de tomar parte en el conflicto social a través de sus relaciones sociales.

- La contabilidad social es deficiente tal como es presentada por la mayor parte de la literatura, ya que únicamente considera la presentación de informaciones adicionales y no considera la posibilidad de cambios en la propiedad de los recursos de capital. Además regula el mecanismo del mercado en lugar de eliminarlo de forma completa.

Por lo tanto, los autores radicales consideran que la contabilidad debe cambiar de una forma drástica sus planteamientos, incorporando nuevos puntos de vista en sus informaciones.

11.1.5 PRINCIPALES RAMAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

- **La Contabilidad Medioambiental**. Una de las ramificaciones de la Contabilidad Social de mayor relevancia es, sin duda, la Contabilidad Medioambiental ya que el creciente deterioro del medio ambiente, ocasionado por la actividad humana, está provocado fundamentalmente por las actividades empresariales de industrias correspondientes a sectores altamente contaminantes. Esto efectos contaminantes han generado una demanda por parte de la sociedad para que las empresas incorporen en su gestión el objetivo de preservación del entorno social y ambiental en el que operan. Ello hace preciso que las entidades integren la variable medio ambiente en su gestión a través del establecimiento de sistemas de gestión medioambiental y el establecimiento de políticas medioambientales.

- Derivado de estos sistemas y políticas medioambientales surge la necesidad de establecer también sistemas de información medioambiental, tanto para la colaboración con la gestión interna de la compañía como para satisfacer las demandas informativas de agentes sociales externos. Todas estas informaciones y técnicas conformarían la Contabilidad Medioambiental como una subdivisión de la contabilidad convencional pero aplicada a los aspectos relacionados con el entorno natural.

- **La Contabilidad de los Recursos Humanos.** La Contabilidad de los Recursos Humanos supone la incorporación en la información presentada por la contabilidad de uno de los componentes fundamentales de la organización: el Capital Humano el cual es estudiado y analizado dentro de la contabilización del capital intelectual.

  La American Aecounting Association la define como el proceso de identificación y medición de datos sobre los recursos humanos, así como la comunicación de esta información a las partes interesadas. El propósito de la misma es, por lo tanto, la valoración del capital humano de la empresa y la elaboración y presentación de información relativa al mismo. Esta rama de la contabilidad resurge en la actualidad debido a las nuevas exigencias planteadas por la responsabilidad social de la empresas y que, al igual que la contabilidad medioambiental se plantea incorporarla tanto por su utilidad en el ámbito interno o de gestión como en el externo.

  En el ámbito externo la presentación de información está basada en su utilidad para la toma de decisiones por parte de los posibles usuarios. La demanda interna está basada en el objetivo de adoptar decisiones relativas al personal por parte de la gerencia. La ubicación de este tipo de información es otro aspecto en el que no existe consenso; sin embargo, algunos autores proponen el balance mientras otros proponen ubicarla junto al resto de datos sociales. En nuestra posición sugerimos se exponga en

un apartado específico en las notas de los estados financieros y la memoria para este fin, además de presentarla como información adicional y voluntaria.

Se han propuesto distintas técnicas de valoración del capital humano como son las siguientes: El Valor del costo histórico, el Costo de oportunidad, el Costo de compensación, el Costo de reposición, Descuento de salarios futuros, el Valor económico, etc. Todas estas técnicas de valoración monetarias lógicamente deben basarse en el número de empleados de cada categoría existentes en la empresa. Sin embargo, es importante incorporar también a las técnicas de valoración no monetaria ya que a través de ellas se recogen informaciones relativas a determinadas cualidades del capital humano.

- **La información de carácter ético.** Esta información se ocupa de los valores éticos de la empresa, en la que se incorporan datos relativos a las actuaciones de la empresa relacionadas con la protección del consumidor y de la comunidad, o de prestación de ayudas o servicios a la sociedad sin ánimo de lucro. Los principales aspectos que se incluyen en este tipo de información son, entre otros:

  - Políticas y relaciones con los clientes
  - Actividades y donativos de carácter político
  - Políticas, acciones y medición de actividades dirigidas a ofrecer igualdad de oportunidades entre colectivos diferenciados tradicionalmente por sexo, raza, procedencia, edad, etc.
  - Actividades y Políticas relacionadas con el bienestar de la comunidad.
  - Publicidad y esponsorización.
  - Políticas y descripciones de comprobación de la seguridad de los productos y procesos productivos.
  - Descripción de prácticas éticas y prácticas externas no éticas.
  - Actividades y donativos de caridad.
  - Concesión de premios y becas, etc.

CAPÍTULO XII
AUDITORÍA SOCIAL

12.1 ANÁLISIS CONCEPTUAL

Sobre el concepto de Auditoría Social, GALLEGO, Meryn señala "Que cada vez con menos frecuencia encontramos en las organizaciones concepciones funcionalistas con respecto a la gestión humana de las mismas, es decir tradicionalmente se han asumido estas funciones como tareas independientes y desarticuladas de un todo organizacional, el propósito frecuente ha sido la solución a un problema aislado, la satisfacción de necesidades o el desarrollo de actividades que si bien han sido bien intencionadas sólo han buscado generar bienestar momentáneo. Esta concepción de corte funcional no ha requerido quizás de la definición de indicadores de gestión que en forma permanente estén mostrando cuál es la contribución de estas áreas al plan estratégico de la organización…

…Hoy más que nunca, cuando la Gestión Humana de las organizaciones ha trascendido de una concepción funcional a una dimensión estratégica, es decir que su desempeño esta articulado al plan estratégico del negocio con un marco de contribución definido y significativamente importante para el logro de los objetivos organizacionales, se requiere de una gestión planeada, con metas de contribución definidas y procesos de control que garanticen su desempeño eficiente. Bien se ha dicho que para administrar es necesario controlar, para controlar se requiere medir, para medir es necesario definir y para definir es necesario cuantificar…

…Este es el propósito de la Auditoría Social la cual podemos definir como "…Técnica que tiene por objeto revisar supervisar y controlar el cumplimiento de las metas sociales establecidas por la empresa, tanto a nivel interno como externo en concordancia con su política social garantizando la rectitud en sus procedimientos y fidelidad de las cifras presentadas al cierre del ejercicio (ELKINS, 1984, p. 448)…

…El Balance Social es un instrumento de auditoría en cuanto permite medir, cuantificar y controlar la estión social de una organización en un periodo determinado y frente a un presupuesto (social) definido previamente. Permite por ejemplo auditar procesos como capacitación y desarrollo, relaciones de trabajo, administración de la compensación, selección de personal, imagen corporativa, relaciones con la comunidad, con el sector público, entre otros muchos aspectos…

…La concepción sistémica de las organizaciones y el concepto de Auditoría Social constituyen un breve marco conceptual que explica el propósito, alcances y contribución del Balance Social no solo al desarrollo de las organizaciones sino al mejoramiento del impacto de éstas en la sociedad".

Por otro lado, Sirkka KORPELA, señala "Que la auditoría social ha surgido como un instrumento gerencial y de comunicación para dar cuenta objetivamente de los activos y pasivos sociales de la empresa. Gerencial, porque ayuda a la gerencia de la empresa a claramente identificar y por ende a manejar, los impactos sociales; y de comunicación, porque la información es presentada por los auditores de una manera sistemática y objetiva, que facilita su comprensión y comparación por el público interesado. En ese sentido, la auditoría social es tan valiosa para la empresa misma como para el público externo…

…Evidentemente, las metodologías que emplea la auditoría social todavía no están tan desarrolladas como las de la auditoría financiera, que tiene sus fórmulas y códigos comúnmente acordados y muchas veces legalmente sancionados. Sin embargo, en los últimos años se han desarrollado indicadores para la presentación de información social, tales como el GRI (Global Reporting Initiative) que es utilizado hoy por la mayoría de las grandes empresas multinacionales. Es así que el AA 1000 es un estándar de verificación usado en las auditorías sociales conjuntamente con el GRI…

…En general, la auditoría social empieza con una definición del ámbito y alcance de la misma, hecha conjuntamente entre los auditores y los ejecutivos de la empresa en cuestión. Se define entonces, si la auditoría cubrirá una operación específica en una localidad definida, si se auditará a toda la empresa, o si se verificará la información contenida en el reporte social de la compañía. Al mismo tiempo se definen los objetivos específicos de la auditoría, que pueden depender del tipo de impactos que tienen las operaciones de la empresa, teniendo en cuenta que son bastante diferentes los impactos, por ejemplo, de una empresa minera y los de una planta cervecera. Se consideran las políticas y los programas sociales de la empresa, así como los planes y sistemas gerenciales para ponerlos en práctica, con los cuales se contrastarán los impactos reales…

…La fase más importante es la recolección de información de campo. Obviamente, el tipo de información requerida para entender los impactos sociales no necesariamente es fácilmente accesible. Aparte de datos que puede proveer la empresa misma, se debe conducir entrevistas con representantes de los grupos de interés más importantes para recoger las preocupaciones y expectativas de primera mano…

…Los auditores identifican las fortalezas así como las posibles debilidades encontradas, y las discute conjuntamente con la gerencia de la empresa para identificar oportunidades de mejora o subsanación. Cuando los representantes de la empresa participan en la auditoría de una manera activa y abierta, se maximizan los beneficios gerenciales y se potencian las capacidades de manejo social de la empresa a través de un proceso de aprendizaje. Al final de la auditoría se produce un informe que en general es integrado al reporte anual de la empresa, de la misma manera como se incluye el informe de los auditores financieros. El propósito de este informe es dar cuenta de los hallazgos al público interesado, de una manera comprensiva, transparente y objetiva. En el sector de minería, que ha sido afectado por muchos problemas sociales no sólo en el Perú sino en el mundo en general, el Consejo Internacional de Minería y Metales (ICMM) ha tomado la iniciativa de exigir a todas las compañías miembros que elaboren sus informes socio-ambientales anuales basados en el GRI, y que los tengan auditados por auditores independientes. No cabe duda de que esa será la dirección que tomen en el futuro, todos los sectores".

GARZA TREVIÑO (2001) señala que la auditoria social de la empresa es, como su nombre lo indica, la evaluación o medición de la contribución social de la compañía. Es un intento que tiene el merito de tratar de medir lo que parece difícil de cuantificar en una organización. El objetivo de la auditoria es considerar las actividades de la empresa como activos o pasivos. Por lo tanto, es difícil medir cuales son los costos sociales o cuales son sus contribuciones o beneficios o para la sociedad.

El estado de pérdidas y ganancias sociales es una declaración del flujo anual, en el que se suman los beneficios sociales de los empleados, consumidores y publico en general y se le restan los costos sociales de cada elemento componente, a fin de determinar el ingreso social neto anual.

Los beneficios de la auditoria social son, principalmente, generar un sistema de información que permita evaluar las consecuencia sociales de las decisiones de la empresa, considerar los pro y contra de toda decisión trascendente, así como sensibilizar a los directivos y empleados de los efectos de la organización sobre el contexto interno y su ambiente.

Como refiere FERNANDEZ, M. et al. (1991, la Auditoría Social es un proceso que busca evaluar y garantizar que los resultados finales sean fiel expresión del desempeño logrado en el período evaluado por una parte y garantizar que el comportamiento "social" organizacional se haya ajustado a la filosofía, políticas y normas existentes al respecto.

Supone la comprobación y verificación de las cifras o datos presentados en el Balance. Indaga por ejemplo sobre el número o frecuencia como se presenta un fenómeno y sus causas. Descubre y examina el origen de las cifras, cualquiera que estas sean, y finalmente se garantía de fidelidad la información final.

12.2 APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA AUDITORÍA SOCIAL

Siendo la Auditoría Social un instrumento de control y validación de la información que reporta el Balance Social, para cuyo objeto se requiere seguir el siguiente proceso para su elaboración:

- Respecto a la política social verificará su existencia, cumplimiento y concordancia con los principios de Responsabilidad Social; pues aunque la intención de los directivos sea buena, en virtud de la presión ejercida sobre ellos por otros asuntos, suelen descuidar la responsabilidad que tienen de vigilar, insistir y hacer cumplir las políticas de mayor importancia para el manejo de la empresa.

- Establecerá el lleno de los requerimientos necesarios para elaborar el Balance Social, como por ejemplo el compromiso de la Alta Dirección, la incorporación del Balance Social a todos los planes y programas organizacionales, el respaldo y compromiso de todos los niveles de la organización, etc.

- En cuanto a las distintas etapas de implementación del Balance Social, la Auditoría Social permitirá:

  - Garantizar una acertada designación del área responsable. Certificar la idoneidad, tanto de los colaboradores como del coordinador para asumir esta responsabilidad. Determinar la correcta representación de las distintas áreas de la organización que tiene relación con el Balance Social.

  - Verificar si la elección de las variables e indicadores a evaluar interpretan con precisión el desempeño social de la empresa, tanto a nivel externo como interno. Asimismo, controlar los sistemas de medición utilizados de tal forma que expresen con exactitud el hecho social estudiado y que el sistema elegido (porcentajes, promedios, pesos, etc.) sea la mejor forma de expresarlo. El control se orientará igualmente a garantizar la calidad y exactitud de la información reportada.

  - En el plan social, la Auditoría está dirigida a evaluar los criterios tenidos en cuenta para la fijación de las metas de tal manera que éstas constituyan los máximos esfuerzos acordes a las posibilidades existentes. Igualmente la información que suministra la Auditoría Social, facilitará la toma de decisiones a la Alta Dirección, con respecto a políticas y/o programas sociales de la empresa.

    En la asignación del valor relativo de cada variable, o sea el factor de ponderación ya analizado con detenimiento, la Auditoría Social desempeñará la responsabilidad de vigilar que no sean los criterios subjetivos o posiciones arbitrarias las que determinen las prioridades, hecho que incidiría negativamente en las etapas posteriores del Balance Social, sino el deseo de generar el mayor bienestar posible, acorde con los recursos existentes.

  - Con respecto a la Contabilidad Social, el aporte de la Auditoría Social está orientado a verificar la idoneidad de la fuentes de información, la pulcritud del proceso de recolección de los datos y ante toda la veracidad, rigurosidad, coherencia y objetividad de la información suministrada sobre los hechos sociales de la empresa.

    En el cuadro de Balance Social será necesario establecer: Precisión respecto a los cálculos matemáticos, procedimientos idóneos, y como correcta elaboración desde el punto de vista metodológico.

    Finalmente cuando se analizan los anexos numéricos del Balance Social como síntesis de un desempeño cumplido, es igualmente necesario aplicar criterios de

objetividad y seriedad que no encubran o desorienten los verdaderos resultados de la empresa en un período determinado. Todo esto es igualmente aplicable a los comentarios o relevancia que se dé a los datos finales sean ellos parciales o totales.

No puede olvidarse que el análisis que se haga de la realidad existente será base para la toma de decisiones y fijación de metas para el período siguiente.

12.3 AUDITORÍA ORGANIZACIONAL

Sin embargo, creemos que la Auditoría Social no se limita a controlar y garantizar la confiabilidad del Balance Social en todo su contenido sino que a partir de su ejecución podrá desarrollar una acción de ajustes corporativos denominada "Auditoría Organizacional", la cual se define como "Un instrumento o proceso por medio del cual la gerencia y la organización examinan sus propósitos, procesos, planes, estructura, conducta, gerencial y búsqueda de las metas y acatamiento de las leyes" ELKINS, Arthur: 1984).

Este tipo de Auditoría se realiza normalmente cada cinco años aproximadamente con mayor frecuencia, si las necesidades así lo exigen.

Pensamos que la Auditoría Social puede descubrir las necesidades de solicitar una Auditoría Organizacional más amplia en aquellos casos por ejemplo, en los cuales se encuentra que los resultados sociales en algún campo no son confiables o se detecta el manejo inadecuado de los recursos a cargo de algunos niveles de la organización. Es el caso cuando al auditar los recursos destinados a capacitación por ejemplo, se descubre que no existen criterios unificados, reglamentos o política para su administración, o ha desaparecido el objeto para el cual fue creado el beneficio. Esto puede dar lugar a realizar una Auditoría Organizacional a nivel de políticas, procedimientos y métodos referentes a la capacitación. Otro caso puede ser cuando la Auditoría Social establece que altos índices de rotación de personal están asociados a las políticas de selección existentes; de este procedimiento puede desprenderse la necesidad de revisar y/o modificar las políticas de la empresa en tal sentido.

12.4 IMPLEMENTACIÓN DE LA AUDITORÍA SOCIAL

A pesar de ser ésta una técnica nueva en nuestro medio, no dudamos de los beneficios que puede reportar a aquellas organizaciones que la involucren como complemento del Balance Social. Es ésta la razón que nos motiva a plantear algunas sugerencias respecto a la forma de llevarla a cabo, no sin antes establecer que los pormenores de su ejecución corresponde definirlos al área de la empresa que vaya a asumir esta función.

¿A quién corresponde hacer Auditoría Social?

Dependiendo del tamaño de la organización, ésta puede ser responsabilidad de una División, Departamento o Sección.

En otros casos podrá ser parte de las familias que cumpla el área de la Auditoría General. Cualquiera que sea el caso, debe ser una función lo más independiente posible y ajena de presiones personales y organizacionales.

Cuando se ha definido el nivel de la organización que asumirá esta función, es importante tener en cuenta las características que, en nuestro concepto debe cumplir el funcionario encargado de esta responsabilidad:

- Poseer estudios profesionales de orientación humanista- administrativa.
- Tener capacidad técnica para la revisión, investigación y análisis de resultados.
- Haber adquirido conocimiento sobre el Balance Social como herramienta administrativa en todos sus aspectos.

- Tener conocimiento sobre las políticas sociales de la empresa, programas, servicios y en general todos los servicios y en general todos los beneficios que la empresa ofrece en cumplimiento de su Responsabilidad Social tanto interna como externa.

- Conocer además las normas, reglamentos, manuales de procedimiento y demás instructivos que guían la aplicación de las políticas sociales.

- Poseer una ética profesional intachable.

- Respecto a las cualidades personales deberá ser objetivo en la toma de decisiones, honesto, seguro y capaz de establecer relaciones interpersonales.

El cómo proceder, herramientas a utilizar, fuentes de información, sistemas de control y elaboración de informes finales, estarán supeditados a las características específicas de cada organización; por tal motivo creemos que estos aspectos deberá definirlos el área encargada de realizar la Auditoría Social.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR Botero, Jairo. (1986). "Medicina del Trabajo". ANDI. Medellín, Coombia.

ANDI. (1980). “El Balance Social, Proyecto para Colombia”. Revista ANDI Nro. 50, pp. 53-60.

ANDI. (1980). “El Balance Social Integral”. Revista

ANDI, O.I.T., Cámara Junior de Colombia Capítulo de Antioquia. (1986). "Manual de Balance Social". Medellín, Colombia.

BERNAL E., Alejandro. (1967). "Marginalidad Rural e Integración Popular". Bogotá: Icodes. Cámara Junior de Colombia, Capítulo de Antioquia. (1986). Foro “Gestión Social de la Empresa Privada". Medellín, Colombia.

C. K. Prahalad y Michael E. PORTER. (2003). “Harvard Business Review on Corporate Responsibility”. Gabinet d'Estudis Socials. La Responsabilitat Social de les empreses. Barcelona, España. [(On line) http://www.gabinet.com/docs/Responsabilitat_Social_Empreses.pdf]

Diccionario de Sociología. (1966). México: Fondo de Cultura Económica.

ELKINS, Arthur. (1984). "Administración y Gerencia Estructurada, Funciones y Práctica". México: Edit. Fondo Educativo Interamericano.

FERNÁNDEZ Rodríguez, Fernando. (1987). “Empresa y Cultura”. Seminario permanente de Empresa y Humanismo. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Navarra. Pamplona.

FERNÁNDEZ Villa, María Isabel, Gallego F. Mery y Otros. (1996). "Balance Social Fundamentos e Implementación". 5a. Ed. Medellín, Colombia.

GALLO, Miguel Angel. (1980). "Responsabilidades Sociales de las Empresas". Pamplona: Edit. Universidad de Navarra, España

KEITH, Davis. (1983). "El Comportamiento Humano en el Trabajo". México: Mc Graw Hill.

KOTLER, Philip y LEE, Nancy. (2005) “Corporate Social Responsibility. Doing the most good for your company and your cause”. John Wiley & Sons, New Jersey, EE.UU.

LIMA Concalves, Ernesto. (1980). "Balance Social de la Empresa en América Latina". ADCE UNIAPAC. Brasil.

PERDIGUERO, Tomás G. (2003). “La responsabilidad social de las empresas en un mundo global”. Anagrama, Barcelona, España.

RODRÍGUEZ Builes, Elkin. "Curso Contabilidad Social". Escuela de Postgrado y Extensión, Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.