

BALANCE SOCIAL: HERRAMIENTA DE MEDICION O RENDICION DE LA GESTION SOCIALMENTE RESPONSABLE

Social Balance: Measuring Tools or Surrender Management

Miguel Rendueles Mata ¹

RECEPCIÓN: Abril, 2016
APROBACIÓN: Junio, 2016

¹ Docente Atlantis University, Miami – Florida. Presidente. Consultor Gerencial, Head Hunter, y Facilitador en actividades de Adiestramiento. Doctorado en Ciencias, Mención Gerencia, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE) Maracaibo, Venezuela E-mail: miguelrendueles65@gmail.com.

RESUMEN

Una organización tendrá siempre una clara razón de ser específica y ésta no será la de reemplazar al Estado en su función social, pero su responsabilidad social será la que la lleve a realizar un papel para la contribución de la función social del Estado, en la medida de sus posibilidades y sin atentar contra sus objetivos básicos como organización; entendiendo la responsabilidad social como una obligación moral que adquiere la organización para contribuir en la satisfacción de las expectativas creadas a partir de su relación con los sectores con los cuales debe interactuar en el cumplimiento de su razón social. Situaciones similares suceden con otros sectores de la sociedad, como la familia, los trabajadores, las Universidades o los gremios profesionales.

Bajo esta óptica se incorpora el aspecto de responsabilidad social en las organizaciones, como una manera de aplicar lineamientos o políticas sociales dentro del entorno empresarial, transformándose en una gerencia más humana y más sensible al entorno en el que se desenvuelve; haciéndose necesario disponer de algún instrumento o técnica que le permita a cualquier organización, medir y evaluar a través de instrumentos administrativos y financieros, las inversiones o aportes destinados a los fines sociales. El Balance Social aparece en el escenario como la herramienta de medición de la gestión social de las organizaciones pues ya los balances financieros generados como parte de un

ABSTRACT

An organization will always have a clear reason to be specific and it will not be to replace the state in its social function, but its social responsibility will be to take her to perform a role for the contribution of the social role of the state, to the extent their means and without adversely affecting its basic objectives as an organization; understanding the social responsibility as a moral obligation acquired by the organization to contribute to the satisfaction of the expectations from their relationship with sectors which must interact in fulfilling its corporate name. Similar situations occur with other sectors of society, such as the family, workers, universities or professional associations.

In this light the aspect of social responsibility is incorporated in organizations, as a way to implement guidelines or social policies within the business environment, becoming a more humane and sensitive to the environment in which it operates management; making it necessary to have some instrument or technique that allows any organization to measure and evaluate through administrative and financial instruments, investments or contributions for social purposes.

The Social Balance appears on stage as the measurement tool of social management of organizations for and financial balances generated as part of an accounting process to inform the economic performance of a period and in response to government and tax laws governing the operation of each Company.

proceso contable destinado a informar los resultados económicos de un período y como respuesta a las disposiciones legales gubernamentales e impositivas que rigen la operatividad de cada empresa; no representan el patrón de medida exacto para medir y evaluar el cumplimiento de los objetivos económicos y sociales de una organización con sentido de responsabilidad social.

Surge entonces la necesidad de un Balance Social como instrumento que permita reportar resultados en términos de inversiones sociales llevadas a cabo para un período determinado, a fin de comunicar e informar a accionistas, empleados y a toda la sociedad la aplicación de recursos destinados a cumplir con las responsabilidades sociales pautadas por la organización.

Las organizaciones requieren herramientas de gestión para la administración y control de sus programas de inversión social, cuyos resultados puedan ser finalmente plasmados y difundidos a través de los llamados Balances Sociales; los cuales reflejan los recursos aportados voluntariamente y gastos erogados con el fin de mejorar la situación de su personal, evitar la contaminación ambiental, preservar los recursos naturales, ahorrar energía, garantizar la calidad de los productos o servicios o de contribuir en cualquier proyecto social de la comunidad.

Las ideas planteadas sirven para entender el Balance Social como una herramienta de gestión que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la

They do not represent the exact pattern as to measure and assess the compliance of the economic and social objectives of an organization with a sense of social responsibility.

This raises the need for a Social Balance as a tool that allows to report results in terms of social investments made for a particular period in order to communicate and inform shareholders, employees and society at applying resources to meet social responsibilities patterned by the organization.

Organizations require management tools for administration and control of its social investment programs, whose results can be finally reflected and diffused through the so-called Social Balances; which reflect the resources provided voluntarily and expenses incurred in order to improve the situation of its staff, prevent environmental pollution, conserve natural resources, save energy, ensure the quality of products or services or to contribute to any social project community.

The ideas raised are used to understand the Social Balance as a management tool that allows quantitatively and qualitatively assess compliance with the social responsibility of an organization in terms of assets and social liabilities in their internal and external areas, for a specified period and against targets previously defined and accepted for diagnosis of social and working environment, internal and external information, social policy planning and consultation with the different sectors with which the organization relates.

responsabilidad social de una organización en términos de Activos y Pasivos Sociales en sus áreas 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, información interna y externa, planeación de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la organización se relaciona.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, valores éticos, balance social, grupos de interés, dimensión interna y externa, activos sociales, pasivos sociales, superávit o déficit social.

Keywords: Corporate social responsibility, ethical values, social balance, interest groups, internal and external dimension, social assets, social liabilities, surplus or social deficit.

INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial de hoy, nadie puede desconocer el impacto causado por los cambios económicos, políticos, tecnológicos y sociales que han surgido en las últimas décadas; transformando la concepción y la visión del hombre frente al mundo, pasando de ser un individuo aislado hasta formar parte integrante de un ente social.

Diversas teorías han dejado plasmado con claridad que el paso del desempeño individual a una vida colectiva, haciendo necesario definir un conjunto de reglas de juego que permitan la posibilidad de establecer una convivencia pacífica, respetando las individualidades de cada ser humano, pero aceptando la necesidad de convivir en grupo; surgiendo la vida social del ser humano.

Es precisamente en la comunidad de intereses y en los elementos que se generan producto de la convivencia, donde surgen los valores sociales, sobre los que se construye una estructura normativa de derechos, permisos, y prohibiciones cuyo cumplimiento hace viable la vida en comunidad.

Todo esto significa que alguien debe velar no sólo por el cumplimiento de las normas comunitarias, sino también por la satisfacción de las necesidades más fundamentales de la comunidad entera; naciendo el concepto del orden social o control social, dando a entender la existencia de un ente social

responsable del orden y bienestar de una comunidad.

La función social del Estado debe enfocarse en la búsqueda del desarrollo integral de la sociedad, lo cual implica atender a todos los individuos en su comunidad sin excepción y a cada individuo en sus propias dimensiones, traduciéndose en la idea de que el Estado debe obtener resultados posibles de generar beneficios que puedan distribuirse a los ciudadanos a fin de satisfacer sus necesidades individuales y colectivas; con lo cual nace el concepto de responsabilidad social, siendo el Estado el principal protagonista.

A la par del Estado, las empresas son objeto de exigencias por parte de sus públicos externos e internos (las comunidades y sus propios trabajadores) por lo que además de cumplir con las leyes que el Estado les exige, están expuestas constantemente a la valoración de sus desempeños responsables, no solo económicos, sino también sociales y ambientales; lo cual hace necesaria la disponibilidad de instrumentos de medición y reporte de resultados financieros que fácilmente pueden ser presentados en estados financieros, pero también requieren de reportes que muestren sus resultados sociales y ambientales siendo un instrumento como el Balance Social su mejor aliado.

REVISION DE LITERATURA

1. Papel Social de las Organizaciones

Si la razón social de las organizaciones se limita solo a producir bienes y servicios a cambio de unos ingresos monetarios, o en otras, si su objetivo se traduce solo en prestar servicios a una comunidad sin ánimo de lucro; detrás de estas actividades habrá siempre un objetivo económico que les permita mantenerse en el tiempo, diferenciándose únicamente en la manera como se aplicarán los excedentes que resulten de su gestión: una distribución para cubrir costos y repartir dividendos a sus accionistas; o bien aplicar gastos y revertir de nuevo beneficios a la comunidad. (Fernández, Gallego y Ortiz, 1993)

Para quienes defienden el objetivo netamente económico de las organizaciones, consideran que la primera responsabilidad de un negocio es la productividad y el crecimiento, dejando el ejercicio de la responsabilidad social en manos del Estado. Bajo esta idea, cualquier erogación en el campo de lo social, atenta contra la utilidad del negocio en el corto plazo.

A lo largo de los últimos 20 años, diferentes autores han desarrollado nuevas teorías que revelan la importancia de incorporar una forma de administración más humana en las organizaciones, basada no solo en una buena administración del capital y distribución de las ganancias; sino en el desarrollo integral de los individuos que forman parte de

ellas, evaluando sus expectativas, necesidades y potencialidades y tratando de alinearlas con los intereses y objetivos de la organización en la cual participan.

Bajo este nuevo enfoque, las organizaciones no son solamente entes económicos por su objetivo de rentabilidad, sino que son además entes sociales: formados por personas, dirigidos por personas y cuyos beneficiarios son también personas o grupos sociales.

El reto se plantea entonces para toda organización tratando de coexistir ante dos objetivos: uno económico y otro social; ya no solo se trata de obtener un cierto nivel de rentabilidad, sino de satisfacer a su vez una necesidad social que puede implicar compartir una pequeña parte de la utilidad, pero garantizar su permanencia en el tiempo.

Una organización no puede existir aislada de relaciones con diversos sectores de la sociedad. Para producir bienes y servicios requiere de un grupo humano que realice sus tareas para el logro de su razón social, pero a su vez debe responder a las expectativas y necesidades de dicho grupo social. La comunidad local y la sociedad en general esperan que la organización a través de sus procesos, genere empleos, favorezca a sus trabajadores, no contamine el ambiente, respete las normas comunitarias y cumpla con sus compromisos; ya que de no hacerlo la comunidad puede presionar en contra de los resultados de la organización.

La Responsabilidad Social Empresarial

Todas estas obligaciones o exigencias se traducen en lo que se define como la Responsabilidad Social de las organizaciones, ya que una organización tendrá siempre una clara razón de ser específica y ésta no será la de reemplazar al Estado en su función social; pero su responsabilidad social será la que la lleve a realizar un papel para la contribución de la función social del Estado, en la medida de sus posibilidades y sin atentar contra sus objetivos básicos como organización; entendiendo la responsabilidad social como una obligación moral que adquiere la organización para contribuir en la satisfacción de las expectativas creadas a partir de su relación con los sectores con los cuales debe interactuar en el cumplimiento de su razón social.

Diversas definiciones se han dado a la Responsabilidad Social Empresarial, siendo las más comunes aquellas que expresan que esta no es más que el conjunto de prácticas empresariales basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente; o una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando los recursos ambientales y culturales, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Machado y col (2004) refieren que la responsabilidad social constituye una nueva

visión y conciencia empresarial que se traduce en una acción que supera las tradicionales actuaciones y donativos filantrópicos para asumir compromisos no sólo hacia lo interno de la empresa y sus trabajadores sino también hacia la comunidad de su entorno y la sociedad en que ésta se inserta.

Por su parte Vallaey (2006) define la Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa y que, siguiendo fines racionales, tienen como fin evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.), y deben redundar en un beneficio tanto para la organización como para la sociedad.

El mundo empresarial ha experimentado una progresión paralela a la evolución histórica de la orientación de la empresa; iniciándose primero en un enfoque a la producción para luego ir pasando por las ventas, luego enfocándose básicamente en el consumidor, el cliente, recientemente en la competencia como centro de sus estrategias y actualmente su orientación a la sociedad, como una reacción defensiva ante la presión de los grupos sociales; planteándose el reto de interiorizar la responsabilidad social corporativa.

Parafraseando a Juan Casals Ovalle en su artículo “Responsabilidad Social Corporativa, La Gestión Sostenible de la Empresa”, en los actuales momentos y de una manera más

intensa en el futuro, el éxito financiero ya no es la única medida por la que las partes interesadas emiten un juicio sobre las empresas. Ahora se espera de las compañías tengan un buen desempeño en ámbitos no financieros tales como los derechos humanos, la ética empresarial, políticas ambientales, desarrollo de la comunidad, gobierno corporativo o prácticas laborales; poniéndose el desempeño social y ambiental a la misma altura que el financiero o económico.

Bajo esta óptica se incorpora el aspecto de responsabilidad social en las organizaciones, como una manera de aplicar lineamientos o políticas sociales dentro del entorno empresarial, transformándose en una gerencia más humana y más sensible al entorno en el que se desenvuelve; haciéndose necesario disponer de algún instrumento o técnica que le permita a cualquier organización, medir y evaluar a través de instrumentos administrativos y financieros, las inversiones o aportes destinados a los fines sociales.

Grupos de interés: Hacia quien se dirigen las acciones de responsabilidad social.

Los grupos de interés constituyen un concepto asociado a la idea de que en la empresa no solo existe una responsabilidad hacia los accionistas, sino también hacia un gran número de intereses en juego que son los llamados grupos de interés, partes interesadas o “stakeholders”, aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la

empresa, con un interés legítimo, directo, e indirecto, por la marcha de ésta, e influyente en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia.

Guedez (2006), señala que los grupos de interés son todas aquellas personas o grupos que son impactados por las acciones de la empresa o que impactan a la empresa como resultado de sus decisiones.

Puede hablarse de grupos de interés internos y externos, o si se quiere una diferenciación más precisa; puede pensarse en grupos de interés internos, pertenecientes al entorno inmediato y grupos del contexto. Los grupos de interés internos (accionistas, trabajadores, socios, aliados) están conformados por los que tienen relación directa con los aspectos organizacionales y funcionales de la empresa. Los grupos de interés externos o relativos al entorno (clientes, consumidores, proveedores, distribuidores, contratistas, acreedores, competidores, sindicatos y el medioambiente) representan los que tienen vinculación explícita con el negocio y los grupos de interés del contexto son los que se vinculan en un segundo orden de resonancia (comunidades, gobiernos locales y nacionales, federaciones empresariales y sindicales, medios de comunicación, y organizaciones no gubernamentales).

El enfoque de los grupos de interés, surge como un nuevo enfoque de empresa plural; para dirigir estratégicamente las organizaciones y para planificar la responsabilidad social de las empresas. Esto indica que se debe prestar atención a los

grupos de interés de una empresa en un sentido útil, para desarrollar un comportamiento responsable de los directivos y de la organización de un modo ético.

Como lo indica Calvo (2015), toda institución, organización y empresa que desee gestionar debidamente su responsabilidad para justificar su poder ante la sociedad, debe generar la credibilidad necesaria para llevar a cabo su actividad, haciéndolo a través del diálogo con todos sus interlocutores válidos; es decir, buscando mantener vivo el acuerdo intersubjetivo que permite legitimar discursivamente sus comportamientos y decisiones.

El Balance Social: herramienta de medición de la gestión social

Los balances financieros generados como parte de un proceso contable destinado a informar los resultados económicos de un período y como respuesta a las disposiciones legales gubernamentales e impositivas que rigen la operatividad de cada empresa; no representan el patrón de medida exacto para medir y evaluar el cumplimiento de los objetivos económicos y sociales de una organización con sentido de responsabilidad social.

El empresariado ha entendido esta realidad y ha tomado conciencia clara de que la empresa debe conjugar armónicamente objetivos económicos y sociales, reconociendo que los balances financieros a los que está obligado a presentar de forma anual o con cualquier periodicidad que

requiera, no sirven como patrón de medida para evaluar el cumplimiento de sus objetivos sociales, haciendo necesario reconocer que dentro de sus propias actividades hay costos y gastos asociados a su papel como empresa socialmente responsable, el cual trasciende a sus accionistas y que abarca deberes y beneficios que afectan a sus trabajadores y sus comunidades.

Cuando una empresa es consciente de que su responsabilidad va más allá de de rentabilidad económica, ha entendido que tiene todas las condiciones para incorporar como parte de sus reportes e indicadores de gestión el concepto del Balance Social como instrumento para medir el impacto social de sus políticas y proyectos de responsabilidad social.

El Balance Social es definido como el estado que refleja información numérica la cual muestra la situación en que se encuentra la organización en todo lo relacionado con el tema social y nace como respuesta a la necesidad que tienen las empresas bajo este nuevo entorno de responsabilidad social, de llevar un tipo de contabilidad diferente a la contabilidad financiera, y generar reportes específicos para medir y evaluar el origen y destino de recursos aplicados en el cumplimiento de los objetivos sociales fijados por la organización para un período determinado. (Sánchez, 2005).

Guedez (2006), señala que en la actualidad las empresas son objeto de un exigente escrutinio por parte de los públicos externos e internos. Más que la exigencia de cumplir las

leyes, se trata de la valoración de los desempeños responsables en el ámbito de resultados de naturaleza económica, social y ambiental. Dentro de estas exigencias aparece el concepto del Balance Social como un instrumento de múltiples alcances: permite rendir cuentas, genera referencias de autoevaluación, precisa datos de información y divulgación y también ofrece relaciones para la gestión, en tanto que facilita la toma de decisiones.

Existe la necesidad de un Balance Social como instrumento que permita reportar resultados en términos de inversiones sociales llevadas a cabo para un período determinado, a fin de comunicar e informar a accionistas, empleados y a toda la sociedad la aplicación de recursos destinados a cumplir con las responsabilidades sociales pautadas por la organización.

El Balance Social es definido como el estado que refleja información numérica, la cual muestra la situación en que se encuentra la organización en todo lo relacionado con el tema social y nace como respuesta a la necesidad que tienen las empresas bajo este nuevo entorno de responsabilidad social, de llevar un tipo de contabilidad diferente a la contabilidad financiera, y generar reportes específicos para medir y evaluar el origen y destino de recursos aplicados en el cumplimiento de los objetivos sociales fijados por la organización para un período determinado.

El balance social definido por Correa Jaramillo (2007), es un sistema de evaluación

para conseguir un crecimiento sostenido que valora la labor de una empresa o entidad y su repercusión en la sociedad a partir del análisis de sus aspectos sociales y éticos

Empresas públicas y privadas con sedes en diversos países alrededor del mundo, han sido pioneras en el desarrollo y aplicación del tema del Balance Social, diseñando diversas herramientas de gestión para la administración y control de sus programas de inversión social, cuyos resultados son finalmente plasmados y difundidos a través de los llamados Balances Sociales; los cuales reflejan los recursos aportados voluntariamente y gastos erogados con el fin de mejorar la situación de su personal, evitar la contaminación ambiental, preservar los recursos naturales, ahorrar energía, garantizar la calidad de los productos o servicios o de contribuir en cualquier proyecto social de la comunidad y de sus trabajadores y grupos familiares.

El balance social surge como la herramienta que permite medir el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial en dos ámbitos, que en el Modelo propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS) se definen como la dimensión interna y la dimensión externa.

La dimensión interna se centra en la relación de la empresa con sus trabajadores. Se evalúan aspectos relativos a la caracterización sociodemográfica de la fuerza de trabajo, las condiciones laborales y de organización y representación del personal, los programas de salud ocupacional, los

programas o servicios sociales para los trabajadores y sus familiares, las acciones orientadas al desarrollo del personal, su integración y participación dentro de la empresa.

En la dimensión externa se evalúan las relaciones con el entorno, al considerarse aspectos referentes a la calidad de los servicios y productos generados, las relaciones interinstitucionales, las acciones en beneficio de la comunidad y los efectos de la actuación de la empresa en el medio ambiente.

En síntesis, el balance social le permite a la empresa evaluar el alcance de sus objetivos sociales, información que sirve de complemento a la presentación de los resultados alcanzados en materia financiera.

Al hablar de balance, debe hacerse referencia a equilibrio, a partidas iguales: activos y pasivos; ingresos y gastos, conceptos muy relacionados con los estados financieros de cualquier empresa u organización.

Las bases del Balance Social están definidas en los conceptos de Activos y Pasivos Sociales, partidas que deben estar en equilibrio al igual que los ingresos y egresos. Se definen como Activos Sociales aquellos recursos que posee la empresa (dinero, equipos, herramientas, tiempo, personas, etc...) aplicables dentro de ciertos parámetros de posibilidad, a la solución de las necesidades definidas como parte de los Pasivos Sociales, siendo éstos las

demandas, carencias, vacíos, compromisos y necesidades definidos como parte de los objetivos sociales a desarrollar o cumplir para un período de tiempo. En la medida en que los pasivos sociales van siendo satisfechos, pasan a formar parte de la propiedad o patrimonio de los sectores beneficiados, en imagen positiva de la organización y en la base de su patrimonio social.

Las necesidades definidas como proyectos a desarrollar por la empresa se convierten en sus Pasivos Sociales y los recursos asignados para ser aplicados pasan a ser sus Activos Sociales. Si los resultados finales obtenidos son mayores que las necesidades previstas se generará un Superávit Social y si, por el contrario, los resultados alcanzados están por debajo de las metas preestablecidas se obtendrá un Déficit Social.

Las ideas planteadas sirven para entender el Balance Social como una herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de Activos y Pasivos Sociales en sus áreas 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, información interna y externa, planeación de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

Se trata de un instrumento que proporciona la posibilidad de medir y evaluar las satisfacciones e insatisfacciones que se

producen en el ámbito social de la organización y que permite a la dirección de la empresa tomar las medidas correctivas necesarias y cambios que debe ejecutar para el logro de sus objetivos sociales, al mismo tiempo que permite comunicar a directivos, empleados, accionistas y terceros de los resultados obtenidos para un período como parte de la ejecución de su plan de responsabilidad social corporativa.

MODELO

1. El Balance Social: una propuesta al empresariado para la medición de su gestión social.

El Balance Social representa una herramienta que se orienta a observar sistemáticamente el desempeño de la empresa respecto de sus respuestas a las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés; tanto externos como internos, refiriéndose a resultados que pueden expresarse en cifras cuantitativas que reporten los desembolsos, aportes e inversiones, o número de beneficiarios; y a significados cualitativos que informen sobre los proyectos realizados y logros obtenidos. Es importante que en un balance social no sólo se reflejen los aspectos cualitativos de la responsabilidad social, sino también los aspectos cuantitativos de dicha inversión, de manera que, así como los estados financieros orientan la toma de decisiones sobre el negocio, el balance social puede orientar la toma de decisiones sobre la responsabilidad social de la empresa.

El Balance Social como herramienta de reporte de la gestión social de una organización, puede aplicarse como un modelo general, considerando que todo tipo de organización en todos los sectores productivos o de servicios tienen una misma Área Interna, compuesta básicamente por sus trabajadores y empleados, y que por lo tanto las variables e indicadores a elegir responden como modelo estándar a cualquiera de ellas. La única diferencia puede enmarcarse en las posibilidades reales de cada organización para responder a variables e indicadores específicos, la escala de ponderación y las prioridades otorgadas a cada acción de acuerdo a sus políticas de responsabilidad social.

Sin embargo, al referirse al Área Externa, sí existen diferencias sustanciales en los sectores con los cuales se relaciona uno u otro tipo de organización; bien sea por el énfasis, la responsabilidad específica con un sector determinado, la amplitud de indicadores seleccionados o el tipo de relación que se genera.

Ante esta clara diferencia se debe proponer para el área externa únicamente, modelos específicos ajustados a cada tipo de organización de acuerdo con su pertenencia al sector en que están enmarcadas, ubicándose en el modelo que mejor corresponda con su razón social y tipo de actividad.

Modelo de Balance Social
para empresas comerciales, industriales o de servicios.
Información a considerar para su elaboración
Dimensiones: Interna y Externa

DIMENSIÓN	VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADORES (Número, Cantidad y Montos)
INTERNA	1. Caracterización Sociodemográfica	Sexo, estado civil, nivel educativo, antigüedad, ubicación geográfica, carga familiar	Número de Empleados, número de familiares directos e indirectos, número de años de servicio.
	2. Relaciones Laborales	Contratación, remuneración, movimientos de personal, sobretiempo, aumentos salariales negociación y manejo de conflictos laborales	Número de empleados fijos, Número de empleados contratados, número de empleados por tipo de jornada, número de horas extras laboradas, número de ingresos, número de retiros (despidos, renunciaciones), número de transferencias o traslados, número de reclamos laborales, número de días de ausentismo, número de aumentos salariales.
	3. Desarrollo de Personal	Promociones, capacitación y adiestramiento Educación Formal brindada a trabajadores (básica, técnica y universitaria)	Número de trabajadores promovidos o ascendidos, número de horas de capacitación dictadas, número de cursos, talleres o seminarios, número de becas o ayudas de estudios otorgadas
	4. Programas Sociales Internos	Alimentación, Transporte, Vivienda, Deporte y Cultura, Planes Vacacionales y Recreación, Educación Formal (hijos de trabajadores), Capacitación (familiares de trabajadores), Atención al niño, Programas de Jubilación	Número de beneficiarios de ayudas por tipo, número de actividades realizadas por área, número de becas y ayudas educativas otorgadas, número de cursos o talleres dictados a familiares, número de niños beneficiados, número de jubilados
	5. Salud	Higiene Ocupacional, Seguridad Industrial	Número de exámenes de salud ocupacional (pre empleo y anuales), número de enfermedades ocupacionales número de accidentes laborales, número de charlas, cursos o talleres de seguridad, número

			de jornadas médicas
	6. Información y Participación	Información, Participación	Número de actividades, número de participantes en actividades programadas
EXTERNA	1. Calidad y Servicios	Garantía de calidad Servicios de soporte	Número de clientes, número de proveedores, número de competidores, número de reclamos, número de devoluciones, número de convenios o acuerdos de cooperación, número de programas de servicio al cliente, número de garantías
	2. Relaciones Interinstitucionales	Convenios, Medios de Comunicación Social, Institutos Educativos, Afiliación Gremial	Número de convenios por área, Número de Pasantes y Tesistas, Número de proyectos, programas o actividades.
	3. Inversión Social dirigida a la Comunidad	Promociones Sociales, Voluntariado, Donaciones, Contribuciones	Número de proyectos, programas o actividades, número de servicios comunitarios, número de personas beneficiadas, número de obras
	4. Medioambiente	Organización Interna de la empresa, cumplimiento de leyes y normas, programas ambientales, ayuda técnica y económica.	Número de proyectos, programas o actividades.

Fuente: Elaboración propia (Rendueles, 2016) en referencia a Fernández, Gallego y Ortiz (1993) Balance Social: Fundamentos e Implementación.

Indicadores económicos: con este aspecto se permite conocer el valor de la inversión social que la empresa ha realizado en beneficio de todo su personal y grupos familiares, así como de las comunidades favorecidas. Los datos son tomados directamente de la contabilidad de la empresa, en la medida que exista un detalle de las erogaciones generadas para los diferentes proyectos sociales.

Para construir este modelo deben considerarse todos los programas y proyectos definidos por la organización tanto en beneficio de su personal, como para las comunidades, incluyendo los costos asociados con programas de mejoramiento ambiental.

Balance Social.
Indicadores Económicos.
 Período del _____ al _____

ACTIVO:	Bs.	Total Bs.
<u>Dimensión Interna:</u> - Beneficios médico asistenciales a favor de trabajadores y familiares: - Seguros médicos (HCM) - Seguros de vida y accidentes personales - Seguros funerarios - Asistencia médica directa - Recursos aplicados en desarrollo y capacitación de trabajadores - Becas y ayudas de estudios otorgadas a trabajadores: - Becas y ayudas de estudios otorgadas a familiares: - Programas de salud ocupacional: - Ayudas y beneficios no contractuales otorgados a trabajadores: - Alimentación - Vivienda - Transporte - Otras ayudas y/o Bonificaciones - Otros programas y proyectos ofrecidos a trabajadores y familiares: - Culturales - Deportivos - Recreativos - Beneficios otorgados a trabajadores jubilados:		

<p><u>Dimensión Externa:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyectos de servicio y apoyo comunitario: - Proyectos sociales ejecutados en el período: - Programa de voluntariado de empleados: - Donaciones otorgadas a las comunidades: - Proyectos y programas medioambientales: - Becas y ayudas de estudios otorgadas a sectores de bajos recursos: - Ayudas pagadas por Programas de pasantías: - Ayudas pagadas a Tesistas: - Proyectos de inversión social: - Costos asociados con programas de aseguramiento de la calidad: - Costos asociados con programas de servicio al cliente: - Costos por convenios o asociaciones - Otros proyectos sociales: <ul style="list-style-type: none"> - Obras sociales - Dotaciones a la comunidad <p style="text-align: center;">TOTAL ACTIVO</p>		
PASIVO:		
<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas de orden - Cuentas por pagar por compromisos sociales contraídos 		
PATRIMONIO:		
<ul style="list-style-type: none"> - Aportes otorgados por la empresa - Aportes recibidos de terceros: 		

Sector empresarial		
Sector gubernamental		
- Donaciones recibidas		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		

Fuente: Elaboración propia Rendueles (2016), en referencia a Fernández, Gallego y Ortiz (1993) Balance Social: Fundamentos e Implementación.

Indicadores sociales: en este aspecto las empresas deben reflejar sus iniciativas en materia de responsabilidad social con las metas que se haya fijado al inicio de cada

período. Para poder realizar este análisis cada organización debe fijar unas metas contra las cuales se compararán los resultados obtenidos la final del período.

**Balance Social.
Indicadores Sociales.
Anexo No. 1**

VARIABLE/ INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	META ESPERADA	META ALCANZADA	DIFERENCIA	PORCENTAJE DE DESEMPEÑO

Fuente: Machado de Acedo y colaboradores (2004).

**Balance Social.
Indicadores Sociales.
Anexo No. 2**

PROYECTO O PROGRAMA	OBJETIVOS	RESULTADOS ALCANZADOS	NUMERO DE BENEFICIARIOS	APORTES OTORGADOS (cuantificar en moneda)	OBSERVACIONES

Fuente: Elaboración propia Rendueles (2016).

CONCLUSIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa constituye un marco integrador de las políticas y actuaciones de la empresa con sus clientes, accionistas, empleados y todos los grupos de interés con los que se relaciona. Ello permite desarrollar su labor en una sociedad de avanzada que plantea a las empresas la satisfacción de nuevas y más exigentes demandas y expectativas.

El concepto de la responsabilidad social no es único del Estado o de las empresas privadas, es un tema que compete a toda organización y debe ser producto de un verdadero análisis y consideración, no solo por las implicaciones que conlleva a nivel de los beneficios a ofrecer a la comunidad y su contribución con el desarrollo social, sino que además debe permitir una reflexión interna sobre las acciones que deben ser emprendidas a favor de sus propios trabajadores.

Existe una nueva generación de directivos, empresarios y gerentes que, conscientes del impacto social y ambiental de las actividades que realizan sus empresas, se comprometen con una gestión responsable e imparten prácticas sociales sostenibles en el tiempo.

Son conocidas algunas referencias notorias en el campo de la inversión social en Venezuela desarrolladas por empresas transnacionales establecidas en el país; así

como balances sociales difundidos por empresas netamente venezolanas a lo largo de los últimos años, con la finalidad de analizar sus contenidos y facilitar el estudio de la responsabilidad social corporativa asumida por empresas venezolanas, quienes han demostrado la aplicabilidad del Balance Social como instrumento de medición de sus resultados.

El Balance Social pasa a ser una muestra de la responsabilidad social de la empresa unida a su dimensión ética y un instrumento que obliga a la concreción, comparación y medición de sus objetivos sociales; es dar sentido a la acción social de la empresa y dar cuenta de lo que en su ámbito social se ha propuesto y que con responsabilidad se ha hecho.

Se presenta una propuesta de un modelo de balance social expresado a través de indicadores económicos y sociales que puede servir de guía para que el empresariado venezolano analice su visión como ente socialmente responsable, pueda diseñar sus programas de responsabilidad social y le permita plasmar y difundir sus resultados sociales aplicando este instrumento.

Estas ideas y propuestas no pretenden ser un modelo único que tenga que ser aplicado por toda empresa que desee iniciarse en el tema de la responsabilidad social; pero sí pretende servir de guía y orientación para ser adaptado a la visión y características de cada organización; permitiendo su ampliación y

mejora en la medida que nuevas ideas sean desarrolladas sobre este apasionante tema.

BIBLIOGRAFÍA

- Calvo P. (2015) Responsabilidad Social Ético Discursiva: El papel del Whistleblowing en la emergencia y desarrollo de los bienes cordiales. Neumann Business Review, Vol.1 No.2.
- Casals O. Juan (2005) Responsabilidad Social Corporativa, La gestión sostenible de la empresa. www.monografias.com
- Correa J. (2007) Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. <http://www.scielo.org.co>
- Fernández, Gallego y Ortiz (1993) Balance Social: Fundamentos e Implementación. Medellín, Colombia, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Guedez, V. (2006). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Editorial Planeta. Caracas, Venezuela.
- Knox and Maklan (2004) Corporate Social Responsibility: Moving Beyond Investment Towards Measuring Outcomes. Gran Bretaña, Inglaterra, European Management Journal Vol. 22 No.5.
- Machado de Acedo, C., Berti, Z. y Caraballo, L. (2004). Balance Social para la empresa venezolana. Fundación Escuela de Gerencia Social. Ministerio de Planificación y Desarrollo. Serie de Cuadernos Técnicos No. 20. Venezuela.
- Rendueles M. (2008). Responsabilidad Social y el Balance Social en las Universidades Privadas. Tesis Doctoral. Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Maracaibo, Venezuela.
- Sánchez J. (2005) Balance Social. www.redcontable.com
- Vallaes F. (2006). La responsabilidad social universitaria. Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).