

**REPRESENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS
INFORMES SOCIALES**

**DIANA MARCELA BARBOSA ALVAREZ
MONICA MARCELA JARAMILLO VASQUEZ
MARIA ISABEL RUIZ MORENO**

Trabajo de Grado para obtener el título de Contadoras Públicas

**Asesor Temático
C.P. LUIS ALEJANDRO DUQUE ESCOBAR**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES
MEDELLIN
2008**

RESUMEN

Las empresas en los últimos años han mejorado las relaciones con su entorno, pues han adquirido compromisos que superan el papel de “simples generadoras de rentabilidad”, entendiendo la responsabilidad que tienen hacia los grupos afectados por sus actividades y decisiones. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha ido expandiendo poco a poco en el medio y lo que busca es que las compañías se hagan responsables de sus acciones y de las implicaciones que ellas traen. Los informes sociales como una herramienta útil a disposición de la administración informa a la sociedad el resultado de la aplicación de la RSE, utilizando indicadores de gestión que apoyan la identificación de las necesidades; donde la organización poco a poco y de acuerdo a sus posibilidades podrá satisfacer, mejorando la relación entre las partes y al mismo tiempo generando valor agregado.

PALABRAS CLAVES

- Responsabilidad Social Empresarial
- Stakeholders
- Contabilidad Social
- Informes Sociales
- Balance Social
- Estado de resultados social
- Unidades de Valor Agregado Social

INTRODUCCIÓN

La presente investigación trata el tema de La Responsabilidad Social Empresarial y su incorporación en los informes sociales. La RSE más que un concepto moderno, es un conjunto de actividades que van en beneficio tanto de la organización como de los stakeholders. La empresa tiene el deber de contribuir al desarrollo social y comunicar su gestión a los usuarios.

Los informes sociales nacen como una herramienta en la que las organizaciones reflejan su forma de actuar respecto a los grupos de interés. Para detectar las necesidades de los stakeholders es recomendable el uso de indicadores de gestión diseñados de acuerdo a unas variables propias de la organización. Un caso ilustrativo permite entender mejor esta temática y visualizar la estructura del balance social y el estado de resultados social.

El trabajo presenta una contextualización para ubicar al lector dentro de la RSE, el tema avanza hacia la contabilidad social y los informes sociales, por último el caso ilustrativo muestra como sería el proceso en una empresa real.

Un argumento importante para elegir este campo de exploración se asocia al hecho de que las empresas presentan debilidades en la utilización de métodos de valoración de las acciones sociales, perdiendo la posibilidad de dimensionar cual ha sido el impacto de las acciones responsables en la entidad.

Por otra parte, la RSE está amparada tanto por normas nacionales como internacionales, por lo tanto tiende a permanecer en el tiempo, pues la sociedad requiere el apoyo de las empresas para encontrar progreso y avance social.

En el ámbito profesional, como contadoras públicas, el interés surge en la medida en que la contabilidad social es un tema que se ha profundizado poco en los proyectos de aula, por lo que resulta innovador para el grupo tratar un área en la que se tenía el mínimo de conocimientos.

Para lograr los objetivos trazados al inicio de la investigación, se define que está será de tipo descriptiva y se acude a técnicas como las entrevistas. Para la elección de los entrevistados se seleccionó la muestra no probabilística o intencional. También se utilizó la ejemplificación, para dar claridad a lo que se quería transmitir.

REPRESENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS INFORMES SOCIALES DE LA EMPRESA

ANTECEDENTES

La Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que toman las empresas para lograr los objetivos y metas propias. En otras palabras, las organizaciones lo que buscan es convertir los problemas sociales en oportunidades tanto para ellas como para la sociedad. Como lo expresa Peter Drucker (1994):

El rendimiento económico es la primera responsabilidad de un negocio, el negocio que no muestra utilidades iguales por lo menos al costo de capital es socialmente irresponsable. Desperdicia los recursos de la sociedad. El rendimiento económico es la base. Sin él, un negocio no puede desempeñar ninguna otra responsabilidad, no puede ser un buen empleador, un buen ciudadano, un buen vecino.

Hasta el momento no se ha especificado el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, pero existen indicios de que su inicio fue en la década de los años cincuenta, pues fue en ese entonces cuando Bowen (citado en Devoto, 2005) planteó la RSE como la obligación del directivo de empresa de perseguir políticas, tomar decisiones y seguir líneas de acción deseables para los objetivos de la sociedad; es por esto que desde ese entonces y hasta el presente, el pensamiento socialmente responsable está regido por decisiones personales de los dueños que prescinde de la participación de la organización.

En los años sesenta, Davis (citado en Devoto, 2005) hace su aporte diciendo que la responsabilidad social es un término aplicable a esas decisiones y acciones adoptadas por los empresarios debido a motivaciones que van más allá del interés económico o técnico, formulando que la responsabilidad social de los empresarios debe ser acorde al poder social de las empresas. Es por esto que se puede decir que dependiendo de si es grande, mediana o pequeña, todas las organizaciones deben ser responsables socialmente, todas pueden contribuir al desarrollo de todos los agentes externos que forman parte de su sistema como lo son los empleados, accionista o propietarios, proveedores, clientes, el Estado, el medio ambiente, los competidores, los futuros inversionistas, y la comunidad en la cual se desenvuelve la organización.

Por esa misma época, Frederick (citado en Devoto, 2005) realiza también un aporte al concepto de la RSE en cuanto a los medio de producción, pues afirmó que los empresarios debían utilizar sus recursos con el fin de fortalecer el bienestar tanto de la

economía de la empresa como el crecimiento de la sociedad. En otras palabras, lo que la RSE busca es aprovechar los recursos que le brinda la sociedad con el fin de que mejore o incremente la producción y convierta a la sociedad en objetivo, en un factor determinante para el crecimiento de ambas.

En 1984, Freeman (citado en Argandaña, 1998) propuso la teoría del stakeholder (grupos que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa) al flujo de literatura de administración de empresas. La teoría presenta las empresas como un sistema relacionado con la sociedad, no de un modo abstracto sino a través de grupos de stakeholders representativos en una relación de doble sentido. Esta visión hace énfasis en que, además del interés de un determinado accionista, los intereses de todos los stakeholder deberían estar incorporados a la empresa. Clarkson y Freeman (citado en Argandaña, 1998) han sostenido que los directivos, por lo general, responden a cuestiones de los grupos con los que ellos tratan al hacer negocios y no a temas vinculados con toda la sociedad. El sistema stakeholder puede estar utilizado para poder conocer ante quien es responsable la empresa.

Sin hacer una precisión histórica concreta, se puede decir que las empresas siempre han estado y estarán comprometidas socialmente, ya sea por motivaciones de tipo religioso o político, o simplemente por altruismo, y que tal vez lo que ha cambiado son los límites y la forma de administrar dicho compromiso. Desde su posición como presidente del Chase Manhattan Bank este indicaba en su informe a los accionistas (citado en Argandaña, 1998) que:

Las corporaciones deben desarrollar instrumentos más efectivos para medir el costo y los beneficios, tanto sociales como económicos de sus actos (...) los objetivos sociales deben ser realmente incorporados en la planificación empresarial. Los gerentes pueden ser evaluados, en parte, según su productividad social (...) sean los que fueren los métodos, es vital que el ajuste de cuentas social se transforme en algo integrado en la conducta de la Empresa y no en un apéndice filantrópico.

De ahí en adelante estudiosos del tema realizan nuevas propuestas basados en las teorías que ya estaban marcadas. Por ejemplo, Donaldson (citado en Devoto, 2005) es quien realiza la propuesta de la teoría del contrato social, la cual está basada en la cooperación y el compromiso de la sociedad, pues las empresas dependen en gran parte de la sociedad en la que se desenvuelve, y es gracias a ellas que se alcanza o no el éxito.

El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado desde la generosidad que demostraron algunas empresas prestigiosas de los países desarrollados al crear fundaciones que ayudan a su comunidad y poniendo a disposición parte de sus utilidades para contribuir al desarrollo de su entorno. Hoy en

día, muchas entidades se han vinculado con esta corriente internacional, pues reconocieron su importancia, su apoyo a la sociedad ha sido un factor determinante para el progreso de los países.

A nivel internacional, la RSE se ha estado promoviendo en diferentes ámbitos como lo son el social, académico y político. Prestigiosas instituciones realizan prácticas socialmente responsables, como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Unión Europea (UE), entre otras; el proceso de evolución de la RSE fue marcado por la declaración del Comité for Economic Development de 1971.

Ahora bien, es significativo mencionar cómo ha evolucionado este tema en Colombia, tanto históricamente como legalmente, pues para empezar se puede agregar que la responsabilidad social empresarial está contemplada en la Constitución Política Nacional en el artículo 333, en el cual se expresa que todo ente económico cumple una función social, pues las organizaciones deben tener en cuenta que se desenvuelven en una sociedad y que el progreso de las empresas depende también del desarrollo de la comunidad donde se encuentra. Es por esto que toda entidad, ya sea pública o privada, debe ser socialmente responsable pues en un largo plazo podrá alcanzar niveles más altos de desarrollo y por tanto de riqueza para los socios y/o accionistas.

En la década de los años sesenta, inician las primeras fundaciones como Codesarrollo, la Fundación Corona en Medellín, la Fundación Carvajal y la Fundación FES, en Cali. Además, fue durante esa época donde se creó un Programa de Maestría en la Universidad del Valle en cuanto a la RSE, contando con la participación de Peter Drucker como uno de los conferencistas más importantes del momento. Más aún, fue en ese tiempo donde se dio el primer espacio de debate en el tema de RSE entre los académicos y los empresarios.

Y fue ya en los años setenta cuando dos empresas antioqueñas, Fabricato y Enka, decidieron medir su gestión social a través de un Balance Social, convirtiéndolas en pioneras de tan grande paso en la Historia de la RSE en el país. Durante esa época, INCOLDA -Centro de Desarrollo de Bogotá- (es una fundación privada sin ánimo de lucro creada por la Asociación Nacional de Industriales -ANDI-) y Fundación para la Educación Superior (FES) se comprometen con el patrocinio de un estudio denominado “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” el cual dio por resultado que en el país existía una gran necesidad de darle a conocer a todos los empresarios la responsabilidad que tienen para el desarrollo de la nación, es decir, se concluyó que lo que se necesitaba era unificar las empresas para el beneficio de todos los ciudadanos.

Como muchos empresarios afirman este tema está de moda, por ello se han realizado numerosos encuentros alrededor de la Responsabilidad Social Empresarial, como es el caso de la Conferencia Desafíos Intersectoriales para el desarrollo sostenible: papel del

Gobierno, de la empresa y la sociedad (Oliveira, 2005) donde se trató desde diversas perspectivas el significado que se le está dando a la Responsabilidad Social Empresarial, pero que no ha alcanzado el objetivo que se pretende con la práctica de éste.

AGENTES QUE INTERACTÚAN CON LA EMPRESA

En la actualidad es fundamental que las empresas incorporen nuevas acciones a sus prácticas socialmente responsables. Es decir, los empresarios deben cumplir con la ley y ocuparse de los problemas de la sociedad, velar por una adecuada condición de vida y trabajo para todos los participantes de esta relación, pues así puede lograr el desarrollo humano integral y el crecimiento personal y colectivo del individuo. Estas nuevas responsabilidades también incluyen al consumidor que hay que satisfacer, el medio natural (procurar que el desarrollo productivo sea ambientalmente sostenible), ayudar al progreso de la ciudad y del entorno de las actividades empresariales.

Las empresas han tenido que enfrentar diferentes escenarios en los últimos años, debido a aspectos como la globalización y la contaminación que las ha llevado a ser más responsables tanto como de su contexto económico como el social, la sociedad se ha hecho más demandante y exige mayor participación de la empresa en sus asuntos.

Por consiguiente, la Organización Internacional del Trabajo OTI, Asociación Nacional de Industriales ANDI y la Cámara Junior de Colombia Capítulo Antioquia (2001), señala que:

La responsabilidad social es la respuesta que la empresa debe dar a las expectativas de los sectores con los cuales ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.

Lo que se quiere anotar, es que una empresa no es un sistema cerrado, al contrario es un sistema abierto que depende de factores exógenos, que en la mayoría de las veces determinan el éxito o no de cualquier negocio.

- **MEDIO AMBIENTE**

Uno de los temas más importantes en los que la empresa debe ser responsable es la preservación del medio ambiente debido al deterioro notable que presenta en todo el mundo. Colombia por ejemplo es un país que ha sufrido daños ecológicos graves como la contaminación del medio ambiente y el agua, problemáticas como la falta de agua potable y alcantarillado han provocado inundaciones que a su vez se traducen en enfermedades y muerte.

Actualmente, y no solo aquí en Colombia, se está haciendo énfasis en el deterioro del medio ambiente y en las consecuencias que se están evidenciando en la mayoría de las naciones. Los colombianos están viviendo las secuelas de la mala utilización de los recursos renovables y peor aún, de los no renovables, que en bastantes ocasiones resultan de los malos manejos de las grandes compañías. Sin embargo, estas empresas están empezando a concientizarse de su violación y están creando políticas para preservar los recursos naturales de la nación y a la vez, estas políticas están motivando a los consumidores de sus bienes y servicios a apoyar estas decisiones de una forma indirecta, pero que da resultados de crecimiento de sus ingresos operacionales. Las empresas están empleando políticas de RSE que generan valor a la empresa y a su comunidad.

El Congreso de Colombia mediante la Ley 99 de 1993 crea el Ministerio del Medio Ambiente, reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA), y dicta otras disposiciones.

Debido al deterioro ambiental, muchos países en la década de los 90 comenzaron a implementar normas ambientales que demostraran los esfuerzos por alcanzar una protección ambiental confiable y adecuada de acuerdo a cada país. Por esto y ante la invitación realizada a la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) a participar en la Cumbre de la Tierra, organizada por la Conferencia sobre Medio Ambiente y el Desarrollo en junio de 1992 en Río de Janeiro (Brasil), la ISO se compromete a crear normas ambientales internacionales, después denominadas, ISO 14000.

La ISO 14000 establece herramientas y sistemas enfocados a los procesos de producción al interior de la empresa u organización, y de los efectos que de estos resulten al medio ambiente. Estos estándares proveerán un lenguaje común para la gestión ambiental al establecer un marco para la certificación de sistemas de gestión ambiental por terceros y al ayudar a la industria a satisfacer la demanda de los consumidores y agencias gubernamentales de una mayor responsabilidad ambiental.

- **CLIENTE**

Igualmente, el cliente o usuario es otro de los principales objetivos de la organización, pues de ellos se obtiene la mayor fuente de financiación de la empresa, por lo que constantemente se deben crear nuevas estrategias encaminadas a atraer nuevos clientes y mantener la fidelización de los antiguos. La RSE contiene elementos como el mejoramiento de la calidad de los productos o servicios, un precio asequible a través de promociones y descuentos y ofreciendo un buen servicio que marque la diferencia con la competencia, todo dirigido al propósito de satisfacer el cliente.

- **PROVEEDORES**

La empresa debe ser socialmente responsable con los proveedores, pues son ellos quienes proporcionan las herramientas necesarias para ofrecer los productos y servicios; donde la empresa debe buscar aprovechar al máximo los mecanismos que generen valor a la actividad económica que se desarrolla, como el aprovechamiento de descuentos sea comercial o por pronto pago, entre otros; y a su vez, abiertos a la posibilidad del ingreso de nuevos productos o servicios exigiendo calidad y conservando la comunicación permanente con ellos, de manera que el proveedor se sienta parte de la empresa.

- **EMPLEADO**

El empleado constituye para las compañías un factor determinante en la alcance de las metas organizacionales, por lo que la empresa de la mano de la RSE debe tratar al máximo suplir todas las necesidades de éste y su grupo familiar, para que la empresa se vea mas beneficiada al tener a su personal motivado y direccionado hacia un bien común. Las organizaciones deben diseñar mecanismos que mejoren la relación empleado-empresa enfocándose en aspectos primordiales como la vivienda, educación, salud, recreación, alimentación, capacitación, entre otros; los cuales posibilitan el desarrollo personal y laboral de cada empleado de acuerdo a sus expectativas individuales. Las empresas al ser socialmente responsables con sus empleados conllevan a la maximización de sus resultados, a una mejor organización interna y a fortalecer la administración.

La salud ocupacional es un factor que beneficia a ambas partes (empresa-empleado), ya que da mayor seguridad y confianza en la labor que se realiza al evitar, prevenir y actuar apropiadamente respecto al tema de los accidentes de trabajo. Todo esto determinado bajo un control de riesgos y previamente a una identificación de las áreas con mayor riesgo, con el fin de mejorar la salud física, mental y social de los empleados en sus lugares de trabajo.

La empresa puede beneficiar al empleado en aspectos como lo son la alimentación, la recreación y el transporte; proponiendo charlas sobre los hábitos alimenticios, campañas nutricionales e incluso hasta la creación del restaurante empresarial u obteniendo patrocinios. Igualmente, para evitar caer en la rutina, fatiga, cansancio o el estrés, puede realizar talleres de integración de los empleados, actividades culturales y deportivas e informar sobre eventos de interés general. Consecuentemente, buscar facilidades en el transporte que proporcionen mayor seguridad al personal y se encuentre disponible en el momento que se requiera sin objeciones.

- **ACCIONISTAS**

Los accionistas también pertenecen al selecto grupo de stakeholders, pues es a ellos a quien hay que convencer de la relevancia de las prácticas de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, pues todas las decisiones importantes de cualquier organización deben tener el consentimiento y aprobación de ellos; enfatizando que la RSE ayuda a incrementar los niveles de rentabilidad; es decir, son ellos los que ven los resultados de implementar estas practicas.

- **ESTADO**

Otro grupo de interés, que hace parte del sistema de todas las organizaciones es el Estado. El ente económico debe comprometerse pagando oportunamente los tributos que le obligan, evitando sanciones e intereses moratorios que producen costos y gastos adicionales, evitando la evasión y el contrabando y, cumpliendo con todos los lineamientos legales a los que esta sometido. Con lo anterior, la buena imagen corporativa se fortalece porque hay mayor seguridad, garantía y transparencia en los productos y servicios que se ofrecen; a la vez, las entidades aprovechan los beneficios tributarios y apoyan a la sociedad en la medida en que la destinación del impuesto va encaminada a la inversión social.

Pero, no solo es eso, la empresa debe tener en cuenta que la mejor manera de alcanzar el éxito, el desarrollo y el crecimiento económico es la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial con todos sus stakeholders, pero estas políticas se deben analizar de manera objetiva, pues lo que se busca es generar valor y no incrementar los gastos y costos de manera inútil.



FUENTE: Observatorio para la equidad y la integración social en Medellín y Antioquia

Con el gráfico permite observar las relaciones entre los diferentes agentes con lo cual las organizaciones de hoy aceptan que su única responsabilidad social no es producir utilidades, ya que además está el compromiso para el desarrollo de sus empleados y del entorno que le rodea, pues sin estos elementos no podría ser un buen empleador ni un buen competidor.

LA RSE SIN RECURSOS ECONÓMICOS

Muchos sistemas organizados se excusan en el dinero para no implementar o aplicar la RSE, argumentando que es costosa y que sólo es para las grandes empresas; sin embargo, la RSE no discrimina entre pequeñas, medianas y grandes entidades, pues se adapta a cualquier ambiente organizacional y gremial, al presentar diversas herramientas que permite el desarrollo de éstas.

Para estas organizaciones que no disponen de suficientes recursos pueden ser socialmente responsables y aprovechar todas las oportunidades que ofrecen instituciones como el SENA, cajas de compensación, aseguradoras de riesgos profesionales, clubes deportivos y seguros exequiales; para que de la mano de estas entidades, que dentro de su portal de servicios esta ofrecer capacitaciones a los empleados, brigadas de salud, créditos de libre inversión, vivienda, servicios recreativos, entre otras, pueden dar una alternativa de solución a muchas de las necesidades de los empleados. Todo esto con el fin de que los empleados sientan respaldo y confianza en el lugar de trabajo y que la compañía muestra interés y preocupación por su personal, publicando oportunamente la información en lugares estratégicos o visibles dentro de la entidad o a través de la distribución de volantes o periódicos, o el asesoramiento en los casos que sea necesario para el empleado y que pueda tomar la mejor decisión en bienestar propio o de su familia sea financiera, laboral o socialmente.

La publicación de ofertas de educación tanto para la capacitación de los empleados o la de su propia familia, que le permita en un presente o futuro tener mejor calidad de vida y a su vez oportunidades de progreso y ascenso dentro o fuera de su lugar de trabajo. Es el caso del SENA que presta el servicio de Formación Profesional Integral gratuita, está presente en todas las regiones del país, dispone de una amplia infraestructura de talleres y laboratorios para beneficiar a empresas de todos los niveles tecnológicos. En los Consejos Directivos y en los Comités Técnicos de sus Centros de Formación, participan los empresarios y los gremios productivos. Indaga permanentemente las tendencias del mercado laboral a través de Centros de Servicio Público de Empleo y renueva su oferta de formación en consulta directa con el sector productivo. Así mismo, estimula la participación de la ciudadanía, a través de los instrumentos administrativos establecidos para tal fin, como son los convenios de cooperación, las alianzas estratégicas y la contratación de servicios.

Del mismo modo, la prevención del riesgo dentro y fuera de la compañía con miras al mejoramiento tanto del personal como de la organización, el interés de la empresa por la salud de sus empleados tanto visual, auditiva, física y mental que permita el mejor desempeño en sus labores y que pueda proteger a su familia. Es así como entran las Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP's), que tienen como función principal la prevención, atención y protección de los trabajadores en los efectos causados por accidentes y enfermedades que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan; o las brigadas de salud por parte de las Entidades Prestadoras de Salud o en su defecto los seguros exequiales que como valor agregado a sus afiliados ofrecen servicios de especialistas en el área de oftalmología u odontología; pero que en todo su sentido da protección y seguridad al empleado de que la empresa se preocupa por su bienestar y a la vez el empleado pueda brindar estabilidad a sus familias.

Destacar la competencia sana dentro de las prácticas empresariales a través de la formación y orientación en valores dentro de todos los canales de la organización o desarrollar prácticas que permitan formalmente la denuncia o evaluación ética con retroalimentación. Igualmente, establecer buenas políticas de precios, servicios y promociones con los proveedores que del mismo modo abastece a la competencia, para que tanto empresa como competencia puedan diferenciarse solo por sus valores agregados y no por la competencia desleal; el sentido es obtener clientes y no entrar en guerra con los competidores.

Como dice René MENA (2002) Director del Instituto de Estudios Avanzados y de Actualización (IDESAA) de Monterrey, México: "realizar un análisis de competidores no tiene como fin determinar lo que la empresa debe copiar, por el contrario, es un punto de referencia para saber lo que debe hacer diferente y mejor — la mezcla única de valor — que su competidor".

Tipo de competencias desleales como la publicidad falsa o engañosa, la adopción y empleo de la marca de fábrica de una empresa rival, la fijación discriminatoria de precios, la venta por debajo del costo o dumping, la compra preferente de materias primas, el establecimiento exclusivo de contratos de venta con distribuidores, la obtención de descuentos con proveedores, o la adopción de cualquier otro medio que aproveche injustamente y de mala fe la situación de la competencia, afectan la calidad y confianza del servicio, la disminución en las ventas y del prestigio, entre otras.

Las prácticas de RSE que realiza la empresa con todos los agentes, son las que se reflejan en la contabilidad social ya que proporciona los elementos necesarios para su representación.

CONTABILIDAD SOCIAL

La Contabilidad Social se define como el proceso de seleccionar a nivel de empresa las variables, las medidas, y los procedimientos de valuación del desempeño social, para luego ser comunicado a los grupos sociales interesados.

Como todas las ramas de esta ciencia, la contabilidad social tiene unos objetivos que dan cuenta de lo que se quiere alcanzar y mejorar, enunciados de la siguiente manera:¹

1. Identificar y medir las contribuciones sociales netas periódicas de la empresa. Esto incluye no solo los costos y los beneficios internos de la empresa, sino también las externalidades que afectan diferentes segmentos sociales.
2. Ayudar a determinar si las estrategias y las prácticas de la empresa que afectan directamente los recursos relativos y el estatus de poder de los individuos, las comunidades, los grupos sociales, y las generaciones, son consistentes con las prioridades sociales ampliamente compartidas, por un lado, y con las aspiraciones legítimas de los individuos por otro lado.
3. Hacer disponible para todos los componentes sociales información relevante sobre objetivos, políticas, programas y acciones de la empresa en el campo social.

En resumen, las responsabilidades que afrontan las empresas respecto a RSE exige la elaboración y la presentación de información que de cuenta de las actividades relacionadas con el entorno social, surgiendo de este modo la contabilidad social, rama de la contabilidad que destaca aspectos sociales como los recursos humanos, el medio ambiente, la ética, entre otros. La idea es incorporar aspectos sociales que de manera clara y bien estructurada justifique las actuaciones en determinados campos sociales de la organización.

¹ [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2003/primer /contabilidad.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2003/primer_contabilidad.htm);
febrero 16 de 2008.

INFORMES SOCIALES

Los inversionistas a largo plazo piden información de riesgos y perspectivas futuras de la empresa, demandando con frecuencia informes sobre la RSE, pues para ellos la responsabilidad social es necesaria para todas las entidades, ya que la práctica o no de ella, garantiza a largo plazo una diferencia importante en cuanto al crecimiento, la competitividad y el desarrollo de las empresas.

La ANDI construyó el primer modelo en Colombia de Balance Social basado principalmente en el modelo francés; de igual forma se realizó en Medellín un congreso centrado en la necesidad que tenía el país en incorporar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial en el proceso de toma de decisiones de todas las organizaciones, con el fin de alcanzar objetivos económicos en términos éticos y sociales, e incentivar a las empresas a invertir en acciones sociales y así proceder por el interés público.

“El grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR) expresa la falta de comparabilidad de los informes, la insuficiente calidad e insatisfacción en la presentación de informes de Responsabilidad Social.”² Lo que lleva a pensar que en realidad, existe una ausencia de normatividad sobre cual sería la mejor forma de representar la RSE, pues hasta el momento no existe un marco de referencia para su presentación.

Desde el año 2004, la Organización Internacional de Normalización –ISO- ha realizado reuniones plenarias con el fin de desarrollar una Guía Estándar que proporciona pautas de aplicación de la Responsabilidad Social en cualquier tipo de organización.

En el proceso de elaboración de la Guía se ha generado un primer borrador que se encuentra estructurado en siete partes:

1. Alcance: Define la cobertura de la norma.
2. Referencias Normativas
3. Términos y Definiciones: Define los términos claves
4. Contexto de Responsabilidad Social: Describe el contexto en el cual la responsabilidad social de las organizaciones se ha desarrollado y el concepto de responsabilidad social.

² <http://www.monografias.com/trabajos22/responsabilidad-social/responsabilidad-social.shtml>; mayo 8 de 2007.

5. Principios de Responsabilidad Social: Describe los principios que aplican a la responsabilidad social e identifica los criterios para su selección.

6. Temas y material fundamentales: Identifica y examina las implicaciones de la responsabilidad social con relación al medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, gobierno organizacional, prácticas de negocios justas, relaciones con la comunidad y desarrollo social, y temas de consumidores.

7. Guía para implementar la Responsabilidad Social: Entrega una guía práctica sobre la implementación e integración de la responsabilidad social en una organización.

Con la creación de la ISO 26000, es muy probable que la práctica de la RSE aumente significativamente no solo en Colombia sino también a nivel internacional, pues esta guía es de carácter universal, sin embargo, es de aclarar que no es certificable, pero si de gran utilidad al momento de ser responsables socialmente.

A pesar de lo anterior, a nivel nacional son muy pocas las empresas que actualmente practican la RSE, pues aún no se ha creado una ley o decreto que obligue a todas las empresas a implementar políticas de responsabilidad social y las que actualmente lo hacen se basan en estándares internacionales como lo son la SA8000 (Social Accontability) y muy pronto estará la ISO 26000.

Es así como entra a participar el Balance Social y todos aquellos informes sociales que dan cuenta de la Responsabilidad Social Empresarial.

EL BALANCE SOCIAL

El balance social es la relación de significado que es necesario establecer entre la empresa y la sociedad, a través del trabajo humano que se da en la organización. El balance social no es un simple inventario de acciones que se denominan socialmente útiles, o un recuento de los esfuerzos y gastos de la empresa para obtener determinado resultados.³

La ley francesa 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 en los dos precedentes”. Citado en Cracogna 1980)

En este orden de ideas, el Balance Social presenta solo cifras, aclarando que estas no son únicamente monetarias, pues incorpora elementos cualitativos. Es entonces, un

³ La construcción y definición son creación propia.

resumen de la gestión social de la empresa, que permite apreciar las variaciones y, se convierte en una herramienta de evaluación porque registra resultados concretos.

Como se trata de un balance, debe existir una referencia de equilibrio, a partidas iguales, a cuentas de ingresos y egresos o a cualquier concepto relacionado con los Estados Financieros de una compañía. Ahora bien, vamos a definir los elementos del Balance Social, es decir, activos, pasivos y patrimonio social.

Activo Social: está compuesto por todas las necesidades sociales encontradas para un periodo. Estas son el grupo global de requerimientos que una organización puede encontrar en total dentro de su sistema interno y externo.

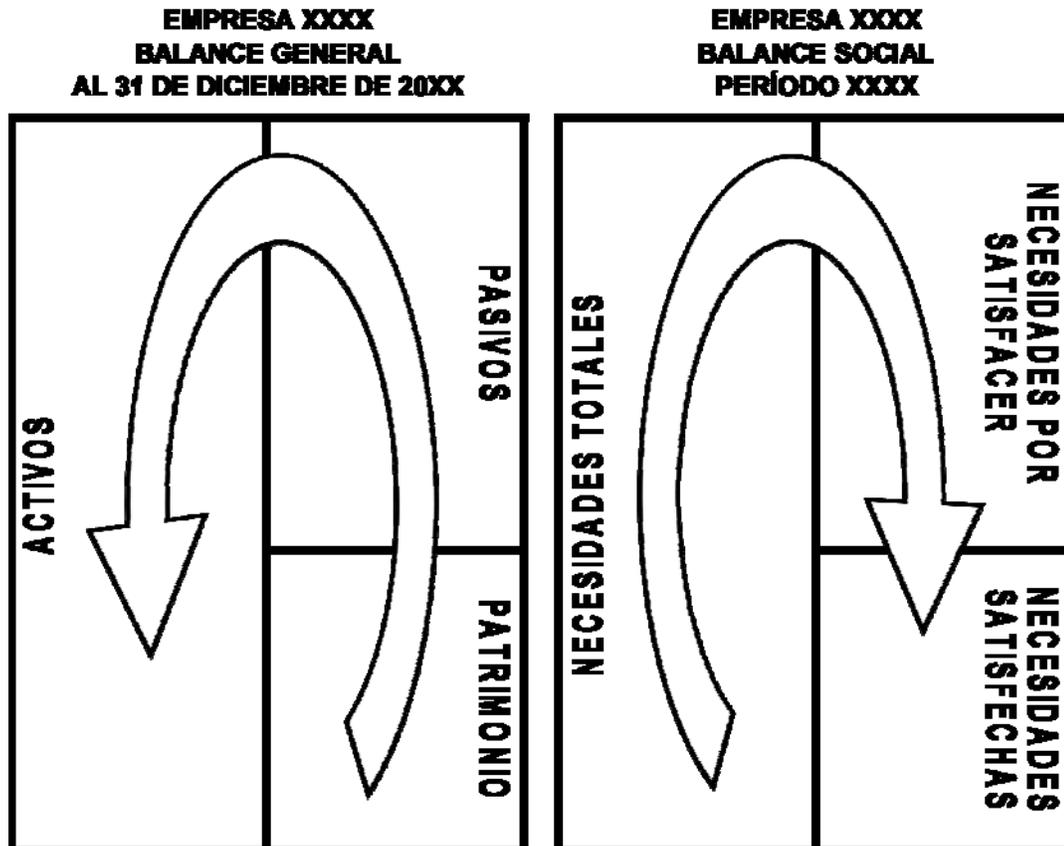
Pasivo Social: lo integran las expectativas, las necesidades, las demandas, las carencias, vacíos que produce la relación obligatoria que genera la empresa con los stakeholders.

Patrimonio Social: en la medida en que los pasivos van siendo satisfechos, pasan a convertirse en propiedad de los sectores beneficiados, en imagen positiva de la empresa y en todos esos beneficios que reclaman o se llevan los usuarios del día que rompen su relación con la empresa.

Al igual que la contabilidad financiera, se maneja la ecuación básica del Balance General, es decir, Activo es igual a Pasivo más el Patrimonio. Por lo tanto, para el caso del Balance Social, sería

$$\text{Activo Social} = \text{Pasivo Social} + \text{Patrimonio Social}$$

De esta forma, se puede realizar un paralelo entre el Balance General y el Balance Social con respecto a su presentación y la forma como se miran cada uno de sus componentes.



FUENTE: Elaboración propia

Como se observa, el balance en términos financieros representa inicialmente que la conformación de una organización parte de unos recursos propios que son los aportes de los socios y/o accionistas, de la financiación por parte de los acreedores la mayoría de las veces, y en el proceso de crecimiento de la empresa se convierten en activos. En cambio, el balance social tiene un comportamiento contrario, se comienza por establecer el total de necesidades que se presentan al interior y exterior de la organización, luego evaluar las necesidades por satisfacer y posteriormente satisfacer las necesidades.

CREACIÓN DE UN BALANCE SOCIAL

El problema central de un balance social radica en la definición de criterios de desempeño social, pues no se puede medir ni controlar algo si no se han establecido estándares de logro o de desempeño.

Estos estándares deben abarcar la empresa en todas sus dimensiones, frente a lo que

se ha llamado activos sociales que comprenden todas aquellas necesidades encontradas en un periodo determinado y que se van convirtiendo en necesidades por satisfacer (pasivo social), y en la medida en que se satisfacen parcial o plenamente conforman el patrimonio (patrimonio social), que a su vez generan bienestar en la comunidad en general, como por ejemplo, los valores éticos, el aire, las aguas, los recursos naturales, la tranquilidad ciudadana, etc.

Una vez desarrollados los criterios de desempeño social, se estará en la capacidad de responder por las siguientes preguntas fundamentales al Balance Social: ¿Qué espera la comunidad de la empresa?; ¿Qué es para la empresa ser socialmente responsable?; ¿Cómo la empresa puede medir el valor agregado de las acciones socialmente responsables?

Cuando la empresa se apropia de su sistema de balance social, éste se convierte en un ciclo dinámico en el que entran y salen constantemente necesidades satisfechas y por satisfacer. Como todo sistema interno debe ser retroalimentado con el propósito de mejorar y aplicar correctivos a falencias que van surgiendo en el proceso.

La retroalimentación puede darse teniendo en cuenta lo siguiente:

- 1° Establecer indicadores sociales de acuerdo a la actividad económica y determinar las acciones necesarias que se deben adoptar para mejorar el estado de dichos indicadores.
- 2° Coordinar la estrategia para observar los componentes sociales de la organización y medir la proporción en la que crecen los activos sociales que se han definido y a la vez identificar los activos sociales que ingresan nuevos.
- 3° Evaluar la bondad social de las organizaciones respecto a como la gente y los observadores tanto de afuera como de adentro consideran que es el desempeño de la compañía concerniente a las variables sociales explícitas o tácitas.
- 4° Relacionar los indicadores de eficiencia y de desempeño, para evaluar el grado de compromiso de la empresa con sus metas organizacionales y medir el grado de eficiencia en la utilización de los recursos para el logro de los resultados indicados.

El balance social en la empresa hay que mirarlo también desde el punto de vista de aquellos instrumentos y mecanismos de recolección de información necesarios para determinar el estado de las cuentas de balance. Así, el balance social no se da sin contabilidad social. Si hay un balance social debe existir una contabilidad social.

Un instrumento apropiado para construir el balance social son los indicadores de gestión que van dirigidos a averiguar las necesidades y satisfacciones de los stakeholders. Estos van encaminados a cada componente del sistema organizacional.

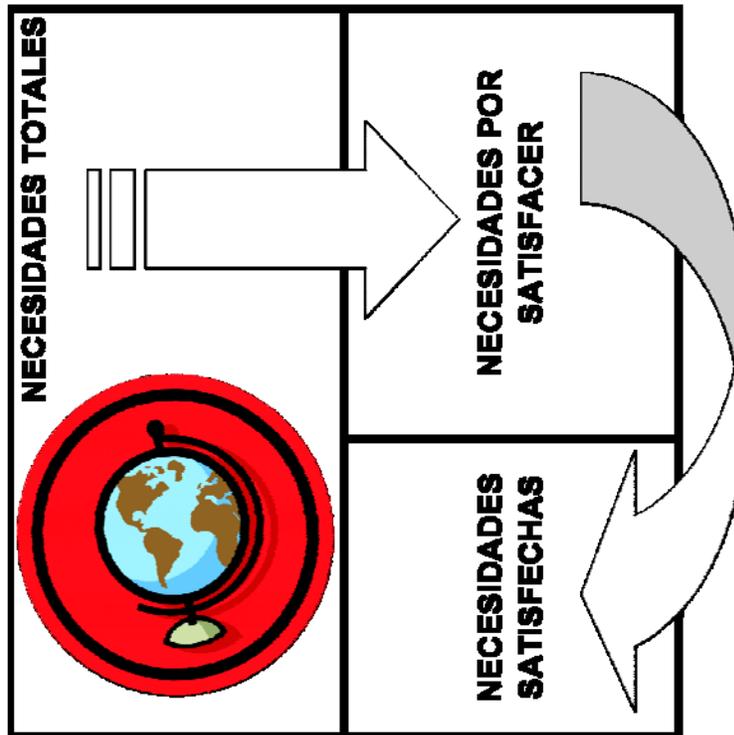
El manual del Balance Social elaborado por la Asociación Nacional de industriales (2001) plantea que un indicador debe dar valor agregado a la información. “Para cada indicador se debe definir un rango de gestión para control y evaluación y diseñar su medición haciendo los ajustes que sean necesarios de forma que brinden información oportuna y válida para la toma de decisiones”. Para establecer dichos indicadores se debe tener en cuenta que:

- Se recolecte información útil y verdadera.
- Provenga de fuentes seguras
- Sea oportuna para la toma de decisiones de control o evaluación.
- Definir si se hará de manera cuantitativa o cualitativa.
- Analizar los resultados de acuerdo con los objetivos de la entidad.

Consecuentemente, la empresa puede determinar unos indicadores de acuerdo a las necesidades encontradas para cada grupo de interés y medir el nivel de cumplimiento, es decir, se trata de extraer información que se pueda expresar ya sea cuantitativa o cualitativamente en el balance social especialmente e informes sociales.

El siguiente gráfico da cuenta del proceso que se debe hacer para construir un balance social que como las necesidades de los stakeholders se convierten en valor agregado para la empresa.

**EMPRESA XXXX
BALANCE SOCIAL
PERÍODO XXXX**



FUENTE: Elaboración propia

UNIDAD DE VALOR SOCIAL “UVAS”

Las unidades de medida en la que se expresan los informes sociales no representan hechos solamente cuantitativos sino también cualitativos. La forma de expresar la RSE en los informes sociales depende de la relación con el entorno en el que opera la compañía pues la expresión a utilizar es UVAS que significa Unidad de Valor Social y varía de acuerdo a la actividad económica de la empresa.

La diferencia esencial de esta unidad de medida y el valor monetario radica en que no todas las actividades de RSE que desarrollan las organizaciones requieren gastos de las empresas. Una entidad que tiene como política realizar acciones de responsabilidad social sabe que existen entidades que en forma gratuita ofrecen actividades y/o servicios. Sin embargo, para el cálculo de las UVAS, se investiga el costo que hubiera representado a la empresa si lo realizara particularmente, así éste no le haya representado un desembolso.

Una opción adecuada para el cálculo de la UVAS sería:

Identificar el valor de la actividad en pesos



PASO 1



Valor estándar asignado por la empresa



PASO 2



Convertir los pesos en UVAS

PASO 3

FUENTE: Elaboración propia

Para dar mayor claridad a los pasos, se presenta el siguiente ejemplo:

Se realiza una capacitación en Erradicación de Enfermedades de Brucelosis y Tuberculosis sin costo alguno con el apoyo de la Fundación Antioqueña de Veterinarios FUNAVE. En la cotización con una entidad privada el precio a facturar es de \$1.650.000. La empresa estableció un valor estándar de UVAS de \$1.000. Al aplicar los pasos anteriores se tiene como resultado:

1. La actividad tiene un costo de \$ 1.650.000
2. El valor estándar asignado por la compañía es de \$1.000/ UVAS
3. $\$ 1.650.000 * \frac{1 \text{ UVA}}{\$ 1.000} = 1.650 \text{ UVAS}$

Según lo mencionado, se puede pensar que las UVAS son lo mismo que pesos, pero esta unidad de medida no solo muestra desembolso de dinero de la empresa, sino que además representa recursos de otros entes o agentes que participaron en la realización de actividades de responsabilidad social empresarial; es decir, no involucra siempre flujo de efectivo, sino que cuantifica en dinero un hecho abstracto representado en cifras la práctica de la RSE, percibiendo tanto lo tangible como intangible en su cumplimiento. Como en el caso de la causación en la contabilidad financiera donde la generación de un ingreso no siempre implica la entrada de recursos físicos, sino reconocer en el momento indicado un hecho y no siempre un pago.

ESTADO DE RESULTADOS SOCIAL

El Estado de Resultados Social, se define como la manera de determinar verdaderamente o realmente un beneficio social de todos los componentes sociales de una organización de acuerdo a los objetivos de cada una de las partes, por lo que se precisa lo que es Costos y Gastos Sociales e Ingresos Sociales.⁴

Costos y Gastos Sociales: también denominado inversión neta. Está definido como toda acción o pago de la empresa realiza para cubrir las necesidades a satisfacer.

Ingreso Social: o aporte real, es toda acción de la empresa que tienda a favorecer verdaderamente a los sectores con los cuales ella tiene relación y a la empresa misma. Estos ingresos elevan los niveles de satisfacción.

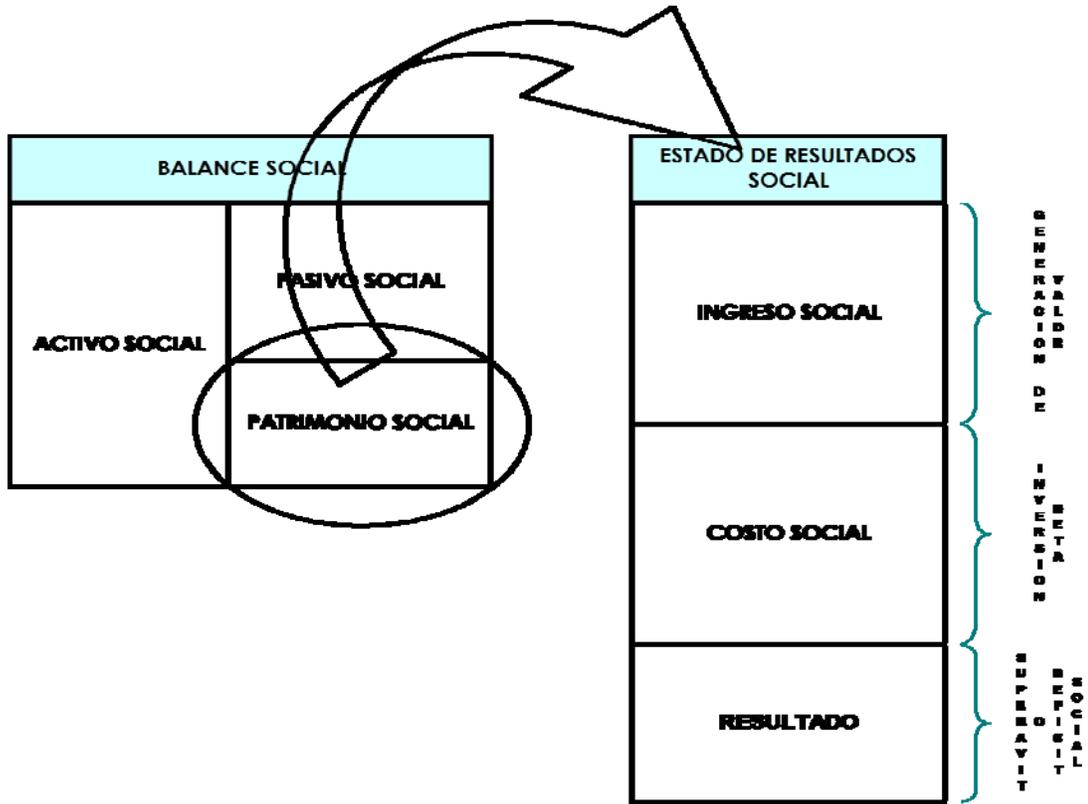
La empresa determina las UVAS a utilizar dado que es la interesada en representar su acción social a los agentes internos y externos, mostrando que no solo el desempeño de una organización se denota en los estados financieros sino que también se puede hacer mediante los estados sociales. Las empresas han entendido que su accionar ya no esta solo limitado a hacer lo que indica las normas, sino que además hay que incluir en la RSE la realidad que los vincula con los grupos de interés activos y pasivos de una organización.

La estructura del estado de resultado social se conforma del aporte real, que es lo que efectivamente beneficia el haber realizado una acción; y de la inversión neta, que comprende los recursos que la empresa emplea para la ejecución de la actividad como tiempo, dinero, asignación de lugares, conocimiento, material, entre otros; esta estructura surge de la descomposición del valor (UVAS) del patrimonio social. Una vez satisfecha la necesidad, se acude a los indicadores de gestión que se relacionen con el beneficio a obtener por parte de la empresa, luego se establece en que proporción generó aporte real tomando el porcentaje que señale el indicador; y la diferencia se lleva como inversión neta.

Cuando el ingreso social sea mayor (menor) que el costo social da como resultado un superávit (déficit) social. Este resultado es representativo para la toma de decisiones y evaluar los resultados frente a los objetivos trazados al adquirir el compromiso como empresa socialmente responsable.

⁴ La construcción y definición son elaboración propia.

REPRESENTACION GRAFICA DEL ESTADO DE RESULTADO SOCIAL



FUENTE: CREACION PROPIA

Con el propósito de de despejar cualquier inquietud para la creación de informes sociales se presenta el siguiente caso ilustrativo.⁵

⁵ El caso ilustrativo es construcción de los investigadores con fines aclaratorios.

CASO ILUSTRATIVO

Durante el año 2007 la compañía **LÁCTEOS SANTROPEL S.A.**, dedicada a la comercialización de lácteos, ha querido mejorar su competitividad y garantizar la calidad de su producto. Es por eso que ha decidido ser socialmente responsable.

El departamento de recursos humanos se ha puesto a analizar cuidadosamente las ventajas que podrían obtener siendo socialmente responsables, para ello utilizarán una serie de indicadores de gestión que les ayudará a detectar sus falencias y necesidades más representativas y que sean de mayor importancia para sus Stakeholders, todo con el fin de realizar su balance social inicial, ya que han concluido que es una valiosa herramienta para destacar los aspectos en los que la empresa requiere atención, poder cubrir los requerimientos hechos en todos los campos y a partir de allí, empezar a ejecutar las acciones necesarias para mejorar su gestión.

Al reconocer a los Stakeholders como una parte importante del sistema al que también pertenece la organización, se logrará consolidar una cadena en los que todos salen beneficiados.

Después de analizar los resultados arrojados por los indicadores de gestión se encuentra que las necesidades de los Stakeholders de la empresa son:

- **Medio ambiente**

- No se está tratando apropiadamente las aguas residuales y los residuos de las plantas de procesamiento.
- Se requiere hacer seguimiento a las aguas crudas tratadas en las fincas con las que se tienen convenios o cualquier tipo de conexión.
- Falta de apoyo a las instituciones dedicadas al saneamiento ambiental
- No existe acreditación frente a las normas y procesos que presenta el Sistema de Gestión Ambiental.

- **Proveedores**

- Requieren acompañamiento en la creación de nuevos productos.
- Capacitaciones en temas de alta relevancia como: inseminación artificial, control de calidad, pastos y forrajes, certificación de fincas y mejoramiento genético.
- Los proveedores se quejan de los costos que acarrear el transporte de la leche hasta las plantas de procesamiento.

- **Socios**

- Los socios piden mayor participación al momento de tomar decisiones de alto calibre.
- No están a gusto con los rendimientos que está generando la empresa

- **Trabajadores**

- Los procesos de selección de personal no son los adecuados por lo tanto hay personal que no está capacitado para cumplir la función asignada.
- Los horarios de trabajo no les permite a los trabajadores estudiar y no se sienten motivados por la empresa para hacerlo, problema grave ya que los índices de analfabetismo en la región son bastante altos.
- Los empleados desean hacer torneos deportivos internos en diferentes disciplinas, pero no poseen los recursos.
- Desean tener asesorías jurídicas.
- Su equipo de protección no les brinda seguridad.

- **Clientes**

- Piensan que su producto no contiene el mismo valor nutricional que otros productos similares.
- Notaron un gran incremento del precio del producto en el último año.
- Les gustaría que hubiera mayor cobertura del producto.
-

- **Competencia**

- La empresa observando la variedad de productos y la cantidad de clientes, se ve en la necesidad de realizar proyectos que ayuden a mejorar interiormente y adquirir una mejor posición en el mercado en el cual participa.

- **Estado**

- Durante períodos pasados, no se estaba presentando la información requerida por la DIAN y otros organismos encargados del control, inspección y vigilancia de la empresa a tiempo, generándoles multas innecesarias, razón por la cual sus gastos arrojan valores cada vez mayores.

Teniendo en cuenta lo anterior, se construye el Balance Social inicial para **LÁCTEOS SANTROPEL S.A.**

LÁCTEOS SANTROPEL S.A.
BALANCE SOCIAL
AL 31 DICIEMBRE DE 2006

		UVAS
1	ACTIVO SOCIAL	
11	TRABAJADORES	239.520
1101	REDISEÑO PROCESO SELECCIÓN PERSONAL	15.942
1102	CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	23.562
1103	CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTE	9.542
1104	ADQUIRIR RECURSOS TORNEOS INTERNOS	3.528
1105	REALIZAR BRIGADAS DE SALUD	15.014
1106	OFRECER ASESORIAS JURIDICAS AL PERSONAL	9.854
1107	MEJORAR LAS INSTALACIONES DE TRABAJO	37.240
1108	MEJORAR DOTACION AL PERSONAL	49.583
1109	ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	75.846
12	ACCIONISTAS	5.498
1201	INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	5.498
13	CLIENTES	42.334
1301	CAMPAÑAS DE PROMOCION DE PRODUCTOS	25.048
1302	ESTUDIO DE COSTOS PARA REDUCCION DE PRECIOS	8.795
1303	ESTUDIO DE MERCADEO AMPLIAR COBERTURA	8.490
14	PROVEEDORES	122.254
1401	VISITAS A FINCAS DE LOS PROVEEDORES	30.152
1402	CAPACITACIONES DE INTERES	19.124
1403	FINANCIACION CONSTRUCC. DE CARRETERAS	47.894
1404	MEJORAR SISTEMA RECOLECCION MATERIA PRIMA	25.084
15	MEDIO AMBIENTE	82.808
1501	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO AGUAS RESIDUALES	4.798
1502	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO RESIDUOS	5.879
1503	REALIZAR PROC. SEGUIM. AGUAS CRUDAS TRATADAS	4.958
1504	REALIZAR CONTRIB. INST. DE SANEAM. AMBIENTAL	5.334
1505	FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUIDADO DEL AGUA	15.005
1506	FOMENTAR SIEMBRA DE ARBOLES	10.372
1507	EVALUAR PROC. PARA CERTIFIC. GESTION CALIDAD	5.278
1508	ADQUIRIR MAQUIN. DISMINUIR LA CONTAMINACION	30.984
16	ESTADO	987
1601	PRESENTAR OPORTUNAMENTE OBLIGACIONES TRIB.	478
1602	PRESENTACION OPORTUNA REQUERIM. LEGALES	509
17	COMPETENCIA	13.582
1701	PRACTICAR POLITICAS SANAS DE COMPETENCIA	13.582
	TOTAL ACTIVOS	508.763

LÁCTEOS SANTROPEL S.A.
BALANCE SOCIAL
AL 31 DICIEMBRE DE 2006

		UVAS
2	PASIVO SOCIAL	
21	TRABAJADORES	239.520
2101	REDISEÑO PROCESO SELECCIÓN PERSONAL	15.342
2102	CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	23.582
2103	CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTIL	9.542
2104	ADQUIRIR RECURSOS TORNEOS INTERNOS	3.528
2105	REALIZAR BRIGADAS DE SALUD	15.014
2106	OFRECER ASESORIAS JURIDICAS AL PERSONAL	9.854
2107	MEJORAR LAS INSTALACIONES DE TRABAJO	37.249
2108	MEJORAR DOTACION AL PERSONAL	49.583
2109	ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	75.846
22	ACCIONISTAS	5.498
2201	INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	5.498
23	CLIENTES	42.334
2301	CAMPAÑAS DE PROMOCION DE PRODUCTOS	25.049
2302	ESTUDIO DE COSTOS PARA REDUCCION DE PRECIOS	8.795
2303	ESTUDIO DE MERCADEO AMPLIAR COBERTURA	8.490
24	PROVEEDORES	122.254
2401	VISITAS A FINCAS DE LOS PROVEEDORES	30.152
2402	CAPACITACIONES DE INTERES	19.124
2403	FINANCIACION CONSTRUC. DE CARRETERAS	47.894
2404	MEJORAR SISTEMA RECOLECCION MATERIA PRIMA	25.084
25	MEDIO AMBIENTE	82.808
2501	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO AGUAS RESIDUALES	4.798
2502	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO RESIDUOS	5.879
2503	REALIZAR PROC. SEGUIM. AGUAS CRUDAS TRATADAS	4.958
2504	REALIZAR CONTRIB. INST. DE SANEAM. AMBIENTAL	5.334
2505	FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUIDADO DEL AGUA	15.005
2506	FOMENTAR SIEMBRA DE ARBOLES	10.372
2507	EVALUAR PROC. PARA CERTIFIC. GESTION CALIDAD	5.278
2508	ADQUIRIR MAQUIN. DISMINUIR LA CONTAMINACION	30.984
26	ESTADO	987
2601	PRESENTAR OPORTUNAMENTE OBLIGACIONES TRIB.	478
2602	PRESENTACION OPORTUNA REQUERIM. LEGALES	509
27	COMPETENCIA	13.562
2701	PRACTICAR POLITICAS SANAS DE COMPETENCIA	13.562
3	PATRIMONIO	0
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		506.763

GERENTE

CONTADOR

Al finalizar el año, **LÁCTEOS SANTROPEL S.A.**, logra realizar muchas de sus actividades dando cumplimiento a los objetivos propuestos durante el año.

La gerencia aplica sus políticas de RSE y no solo con los recursos propios, pues acude a entidades que le ofrecen servicios para mejorar el ambiente de trabajo. Organismos como el Sena le brindan apoyo en cuanto a las capacitaciones que necesitan tanto los empleados como los proveedores. Además, con ayuda de la Caja de Compensación Familiar COMFAMA, logra realizar durante el año 2 días de recreación y cultura con los empleados y sus familias.

A inicios del segundo semestre, se realiza un torneo de tenis de mesa con los empleados de la sede administrativa en el cual participan el 62% de las personas que conforman esta área. Asimismo, se hace un torneo de fútbol con el personal de producción y distribución. Para ambos torneos la empresa compra los implementos necesarios para su realización.

Igualmente se realiza una brigada de salud que comprende atención oftalmológica, psicológica y odontológica, participando el 78% del personal.

Hasta el momento se está analizando la creación de un horario especial para facilitar a los trabajadores la posibilidad de realizar la educación básica secundaria como la formación profesional o tecnológica.

También se efectúa una campaña en donde se demuestra a los clientes que su producto realmente contiene los nutrientes y proteínas que se especifica en las etiquetas. Sin embargo, esta campaña no se puede realizar en todos los lugares en donde se distribuye, solo se hace en la ciudad más importante.

Por otra parte, es notorio el acompañamiento de la empresa a los proveedores, pues se visitan gran cantidad de fincas que tienen relación con la empresa (el 38% aproximadamente). Además, se está negociando con la secretaría de obras públicas del departamento la pavimentación de una de las carreteras más importantes para disminuir los costos de transporte, facilitar el acceso a las plantas de procesamiento y la salida de los productos.

En relación al medio ambiente, promueve campañas en las escuelas rurales de veredas cercanas sobre la importancia que tiene el cuidado del agua, la fauna y la flora; adicionalmente, el Día de la Tierra incentiva a la comunidad a cuidar los árboles.

A la par, se ha venido mejorando la imagen de la empresa frente a los competidores del sector, pues las campañas y promociones se han hecho bajo parámetros de competencia leal, logrando así, un incremento en las ventas que llevan a su vez a que los socios y accionistas se den cuenta, no solo por medio del incremento en los dividendos sino también por la posición en la cual se encuentra la organización.

Con los resultados mencionados, **LÁCTEOS SANTROPEL S.A.** presenta su Balance Social a diciembre 31 de 2007.

Por otro lado, para la construcción del Estado de Resultado Social se parte de lo obtenido del patrimonio social. La compañía utiliza indicadores de gestión que le permitan medir la productividad, rentabilidad, eficacia, eficiencia, calidad, desempeño de los cargos e imagen corporativa, y obtener el porcentaje a aplicar en cada rubro del patrimonio social que se relacione con el indicador y establecer el aporte real y la inversión neta, detallado de la siguiente manera:

PRODUCTIVIDAD	$\frac{\text{Numero de litros recaudados}}{\text{Numero de litros estimados}} \times 100$
RENTABILIDAD	$\frac{\text{Utilidad Real}}{\text{Utilidad Esperada}} \times 100$
EFICACIA	$\frac{\text{Metas alcanzadas}}{\text{Metas planificadas}} \times 100$
EFICIENCIA	$\frac{\text{Tiempo utilizado en la actividad}}{\text{Tiempo estimado de la actividad}} \times 100$
CALIDAD	$\frac{\text{Numero de litros vendidos}}{\text{Numero de litros producidos}} \times 100$
IMAGEN CORPORATIVA	$\frac{\text{Numero de opiniones positivas de los clientes}}{\text{Numero de total de clientes encuestados}} \times 100$
DESEMPEÑO DE CARGOS	$\frac{\text{Numero de actividades realizadas}}{\text{Numero de actividades estimadas}} \times 100$

El resultado de los indicadores se resume en:

VARIABLE	PORCENTAJE
Productividad	51%
Rentabilidad	47%
Eficacia	35%
Eficiencia	32%
Calidad	27%
Imagen Corporativa	31%
Desempeño de cargos	23%

Posteriormente, se presenta el detalle del cálculo del aporte real y la inversión neta, para finalmente construir el Estado de Resultados Social y analizarlo.

LÁCTEOS SANTROPEL S.A.
BALANCE SOCIAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007

		UVAS
1	ACTIVO SOCIAL	
11	TRABAJADORES	239.520
1101	REDISEÑO PROCESO SELECCIÓN PERSONAL	15.342
1102	CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	23.562
1103	CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTIL	9.542
1104	ADQUIRIR RECURSOS TORNEOS INTERNOS	3.528
1105	REALIZAR BRIGADAS DE SALUD	15.014
1106	OFRECER ASESORIAS JURIDICAS AL PERSONAL	9.854
1107	MEJORAR LAS INSTALACIONES DE TRABAJO	37.249
1108	MEJORAR DOTACION AL PERSONAL	49.583
1109	ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	75.846
12	ACCIONISTAS	5.498
1201	INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	5.498
13	CLIENTES	42.334
1301	CAMPAÑAS DE PROMOCION DE PRODUCTOS	25.040
1302	ESTUDIO DE COSTOS PARA REDUCCION DE PRECIOS	8.795
1303	ESTUDIO DE MERCADEO AMPLIAR COBERTURA	8.490
14	PROVEEDORES	122.254
1401	VISITAS A FINCAS DE LOS PROVEEDORES	30.152
1402	CAPACITACIONES DE INTERES	19.124
1403	FINANCIACION CONSTRUC. DE CARRETERAS	47.884
1404	MEJORAR SISTEMA RECOLECCION MATERIA PRIMA	25.084
15	MEDIO AMBIENTE	82.608
1501	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO AGUAS RESIDUALES	4.798
1502	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO RESIDUOS	5.879
1503	REALIZAR PROC. SEGUIM. AGUAS CRUDAS TRATADAS	4.958
1504	REALIZAR CONTRIB. INST. DE SANEAM. AMBIENTAL	5.334
1505	FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUIDADO DEL AGUA	15.005
1506	FOMENTAR SIEMBRA DE ARBOLES	10.372
1507	EVALUAR PROC. PARA CERTIFIC. GESTION CALIDAD	5.278
1508	ADQUIRIR MAQUIN. DISMINUIR LA CONTAMINACION	30.884
16	ESTADO	987
1601	PRESENTAR OPORTUNAMENTE OBLIGACIONES TRIB.	478
1602	PRESENTACION OPORTUNA REQUERIM. LEGALES	509
17	COMPETENCIA	13.562
1701	PRACTICAR POLITICAS SANAS DE COMPETENCIA	13.562
	TOTAL ACTIVOS	506.763

2	PASIVO SOCIAL	
21	TRABAJADORES	198.869
2101	REDISEÑO PROCESO SELECCIÓN PERSONAL	11.250
2102	CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	12.894
2103	CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTIL	8.500
2104	ADQUIRIR RECURSOS TORNEOS INTERNOS	1.350
2105	REALIZAR BRIGADAS DE SALUD	9.842
2106	OFRECER ASESORIAS JURIDICAS AL PERSONAL	9.854
2107	MEJORAR LAS INSTALACIONES DE TRABAJO	33.563
2108	MEJORAR DOTACION AL PERSONAL	45.796
2109	ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	65.820
22	ACCIONISTAS	4.258
2201	INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	4.258
23	CLIENTES	35.541
2301	CAMPAÑAS DE PROMOCION DE PRODUCTOS	18.256
2302	ESTUDIO DE COSTOS PARA REDUCCION DE PRECIOS	8.795
2303	ESTUDIO DE MERCADEO AMPLIAR COBERTURA	8.490
24	PROVEEDORES	110.551
2401	VISITAS A FINCAS DE LOS PROVEEDORES	25.132
2402	CAPACITACIONES DE INTERES	15.328
2403	FINANCIACION CONSTRUC. DE CARRETERAS	45.218
2404	MEJORAR SISTEMA RECOLECCION MATERIA PRIMA	24.873
2405		
25	MEDIO AMBIENTE	77.792
2501	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO AGUAS RESIDUALES	4.798
2502	CREAR SISTEMA TRATAMIENTO RESIDUOS	5.879
2503	REALIZAR PROC. SEGUIM. AGUAS CRUDAS TRATADAS	4.958
2504	REALIZAR CONTRIB. INST. DE SANEAM. AMBIENTAL	5.334
2505	FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUIDADO DEL AGUA	11.589
2506	FOMENTAR SIEMBRA DE ARBOLES	8.972
2507	EVALUAR PROC. PARA CERTIFIC. GESTION CALIDAD	5.278
2508	ADQUIRIR MAQUIN. DISMINUIR LA CONTAMINACION	30.984
26	ESTADO	778
2601	PRESENTAR OPORTUNAMENTE OBLIGACIONES TRIB.	320
2602	PRESENTACION OPORTUNA REQUERIM. LEGALES	458
27	COMPETENCIA	9.582
2701	PRACTICAR POLITICAS SANAS DE COMPETENCIA	9.582

3	PATRIMONIO	68.382
31	TRABAJADORES	40.651
3101	REDISEÑO PROCESO SELECCIÓN PERSONAL	4.092
3102	CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	10.668
3103	CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTIL	1.042
3104	ADQUIRIR RECURSOS TORNEOS INTERNOS	2.178
3105	REALIZAR BRIGADAS DE SALUD	5.172
3106	MEJORAR LAS INSTALACIONES DE TRABAJO	3.686
3107	MEJORAR DOTACION AL PERSONAL	3.787
3108	ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	10.026
32	ACCIONISTAS	1.240
3201	INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	1.240
33	CLIENTE	6.793
3301	CAMPAÑAS DE PROMOCION DE PRODUCTOS	6.793
34	PROVEEDORES	11.703
3401	VISITAS A FINCAS DE LOS PROVEEDORES	5.020
3402	CAPACITACIONES DE INTERES	3.796
3403	FINANCIACION CONSTRUC. DE CARRETERAS	2.876
3404	MEJORAR SISTEMA RECOLECCION MATERIA PRIMA	211
35	MEDIO AMBIENTE	4.816
3501	FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUIDADO DEL AGUA	3.416
3502	FOMENTAR SIEMBRA DE ARBOLES	1.400
36	ESTADO	209
3601	PRESENTAR OPORTUNAMENTE OBLIGACIONES TRIB.	158
3602	PRESENTACION OPORTUNA REQUERIM. LEGALES	51
37	COMPETENCIA	3.980
3701	PRACTICAR POLITICAS SANAS DE COMPETENCIA	3.980
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		506.763

GERENTE

CONTADOR

LÁCTEOS SANTROPÉL S.A.
DETALLE DEL APORTE REAL

	INTEGRO SOCIAL	PRODUCTIVO		INVESTIVO		EPICIA		CALIDAD		MANEJO		OTROS	
		87%	13%	47%	53%	30%	70%	25%	75%	3%	97%	3%	20%
TOTAL COLONES	15.200	13.224	1.976	7.269	6.967	2.100	4.867	1.275	3.592	300	1.200	1.000	1.000
INSTRUMENTOS	4.000	3.480	520	2.100	1.900	600	1.300	150	450	30	120	100	100
MEJORA PROCESO DE TRABAJO PERSONAL	4.000	3.480	520	2.100	1.900	600	1.300	150	450	30	120	100	100
CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	10.000	8.711	1.289	5.000	4.711	1.500	3.211	340	971	270	1.000	800	800
CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTE	1.000	871	129	500	471	150	321	34	97	27	100	80	80
ADQUISICION DE BIENES PERSONALES	2.000	1.711	269	1.000	911	300	1.911	30	271	30	100	80	80
MEJORA INFRASUR. DE SUELO	5.000	4.359	641	2.500	2.359	800	1.559	90	259	30	100	80	80
MEJORA LAS INSTALACIONES DE TRINIDAD	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60
MEJORA DOTACION PERSONAL	2.000	1.711	289	1.000	911	300	1.211	30	91	30	100	80	80
ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60
ADQUISICION	1.000	871	129	500	471	150	321	34	97	27	100	80	80
INCREMENTO EN LOS DIVIDENDOS	1.000	871	129	500	471	150	321	34	97	27	100	80	80
CLIENTE	4.000	3.480	520	2.100	1.900	600	1.300	150	450	30	120	100	100
COMPRA DE PROMOCION DE PRODUCTOS	4.000	3.480	520	2.100	1.900	600	1.300	150	450	30	120	100	100
PROVEEDORES	11.200	9.744	1.456	5.169	4.867	1.500	3.567	1.125	3.142	270	1.080	900	900
VENTA A FIJO DE LOS PRODUCTOS	5.000	4.359	641	2.500	2.359	800	1.559	90	259	30	100	80	80
DOTACIONES DE INTERES	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60
FINANCIACION CONTRIBUC. DE OBREROS	2.000	1.711	289	1.000	911	300	1.211	30	91	30	100	80	80
MEJORA SISTEMA RECOLECCION INTERNA PUNA	400	351	49	200	181	60	281	6	18	2	7	6	6
INICIATIVA	4.000	3.480	520	2.100	1.900	600	1.300	150	450	30	120	100	100
FOMENTAR EN LA COMUNIDAD CUANDO DEL AGUA	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60
FOMENTAR SIEMBRAS DE ARBOLES	1.000	871	129	500	471	150	321	34	97	27	100	80	80
OTROS	300	261	39	150	141	50	141	15	45	3	10	8	8
PRESENCIA OPORTUNAMENTE OTRAS OBRAS DEL 70	50	44	6	25	24	8	32	3	9	0	3	2	2
PRESENCIA OPORTUNAMENTE RECLUTAR LABORES	50	44	6	25	24	8	32	3	9	0	3	2	2
COMPETENCIA	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60
INICIATIVA POLITICA PARA DE COMPETENCIA	3.000	2.611	389	1.500	1.411	500	1.911	60	171	20	70	60	60

LÁCTEOS SANTROPÉL S.A.
DETALLE DE LA INVERSIÓN NETA

	INVERSIÓN SOCIAL	PRODUCTIVO		INVESTIGACIÓN		EPICENA		CALIDAD		MANEJO	COMERCIO
		40%	60%	60%	40%	70%	30%	80%	20%		
TOTAL COLONES	55.200	22.080	33.120	20.760	12.360	8.400	12.360	16.560	3.240	4.200	25.440
INVESTIGACIONES	4.800	1.920	2.880	3.120	1.680	1.440	1.680	1.560	360	360	2.160
MEJORA PROCESOS DE ESTERILIZACIÓN PERSONAL	4.800	2.080	2.720	2.880	2.240	2.240	2.240	2.240	2.240	2.240	2.240
CAPACITACIONES PARA EL PERSONAL	18.000	7.200	10.800	10.800	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
CREAR HORARIO PERSONAL ESTUDIANTE	1.800	720	1.080	500	300	200	300	300	300	300	300
ALQUILER DE BARRIO DE FOMENTO INTERIOR	2.400	960	1.440	1.200	600	600	600	600	600	600	600
MEJORA DE BARRIO DE FOMENTO	5.100	2.040	3.060	2.700	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350
MEJORA EN LAS INSTALACIONES DE TRINIDAD	3.000	1.200	1.800	1.800	900	900	900	900	900	900	900
MEJORA DE OPORTUNIDAD PERSONAL	5.200	2.080	3.120	2.800	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
ACTIVIDADES RECREATIVAS PERSONAL Y FAMILIA	7.000	2.800	4.200	4.200	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100
ADQUISICIONES	1.200	480	720	480	240	240	240	240	480	480	480
INCREMENTO EN LOS CRÉDITOS	1.200	480	720	480	240	240	240	240	480	480	480
CLIENTE	8.200	3.280	4.920	3.280	1.640	1.640	1.640	1.640	3.280	3.280	3.280
COMPRA DE PRODUCTOS DE PRODUCTOS	8.200	3.280	4.920	3.280	1.640	1.640	1.640	1.640	3.280	3.280	3.280
PROVEEDORES	11.200	4.480	6.720	4.480	2.240	2.240	2.240	2.240	4.480	4.480	4.480
VENTA A FOMENTO DE LOS PRODUCTOS	5.000	2.000	3.000	3.000	1.500	1.500	1.500	1.500	3.000	3.000	3.000
OPORTUNIDADES DE INTERÉS	3.000	1.200	1.800	1.800	900	900	900	900	1.800	1.800	1.800
FINANCIACIÓN COMERCIAL DE OPORTUNIDAD	2.000	800	1.200	1.200	600	600	600	600	1.200	1.200	1.200
MEJORA SISTEMA RECOLECCIÓN MATERIA PRIMA	251	100	151	100	50	50	50	50	100	100	100
MERCADO / FOMENTO	4.000	1.600	2.400	1.600	800	800	800	800	1.600	1.600	1.600
FOMENTO EN LA COMUNIDAD CUANDO DEL AGUA	3.400	1.360	2.040	1.360	680	680	680	680	1.360	1.360	1.360
FOMENTO SIEMBRAS DE ARBOLES	1.400	560	840	560	280	280	280	280	560	560	560
ENCARGO	300	120	180	120	60	60	60	60	120	120	120
PREVENCIÓN OPORTUNIDAD DE OPORTUNIDAD PARA LOS	77	30	47	30	15	15	15	15	30	30	30
PREVENCIÓN OPORTUNIDAD RECLUTAMIENTO LEGALES	64	25	39	25	12	12	12	12	25	25	25
COMPETENCIA	3.000	1.200	1.800	1.200	600	600	600	600	1.200	1.200	1.200
INICIATIVA POLITICA PARA DE COMPETENCIA	3.000	1.200	1.800	1.200	600	600	600	600	1.200	1.200	1.200

LÁCTEOS SANTROPEL S.A.
ESTADO DE RESULTADOS SOCIAL
AL 31 DICIEMBRE DE 2007
EXPRESADO EN UVAS

4	INGRESOS SOCIALES	
	PRODUCTIVIDAD	35.300
	RENTABILIDAD	32.614
	EFCACIA	24.287
	EFICIENCIA	22.205
	CALIDAD	18.736
	IMAGEN CORPORATIVA	21.512
	DESEMPEÑO DE CARGOS	15.960
	TOTAL INGRESOS SOCIALES	170.704

5	COSTOS Y GASTOS SOCIALES	
	PRODUCTIVIDAD	34.002
	RENTABILIDAD	36.778
	EFCACIA	45.105
	EFICIENCIA	47.187
	CALIDAD	50.656
	IMAGEN CORPORATIVA	47.880
	DESEMPEÑO DE CARGOS	53.432
	TOTAL COSTOS Y GASTOS SOCIALES	315.040

	SUPERAVIT O DEFICIT SOCIAL	-144.335
--	-----------------------------------	-----------------

GERENTE

CONTADOR

Como se puede observar, el resultado del ejercicio social arroja un déficit social significativo, dado que es el primer periodo que se realiza esta operación, a la gerencia le faltan actividades por cubrir de tal forma que se sientan satisfechos tanto los stakeholders como la organización.

Existen áreas que requieren mayor atención, la calidad del producto aún esta por debajo de los estándares de calidad, por lo tanto, es preciso realizar prácticas de mejoramiento al tratamiento de la leche conservando en lo posible su valor nutricional. Es necesario prevenir enfermedades como la mastitis mediante actividades basadas en el chequeo del ganado, brigadas de calidad, revisión de rutina de ordeño, capacitaciones y seguimientos en lavado, desinfección de equipos y utensilios de sala de ordeño.

Para el aumento del buen desempeño de los cargos, es conveniente estimular a los empleados por medio de premios al esfuerzo y dedicación, invertir en el bienestar de los trabajadores en materia de capacitación, formación y deporte, realizar convocatorias de ascensos cuando surja una vacante, etcétera.

El próximo año en el ejercicio social podrá hacer un análisis comparativo del estado de resultado social 2007 con 2008, que le permita evaluar e identificar si las actividades realizadas satisfacen las necesidades y al mismo tiempo generan aporte real.

CONCLUSIONES

- La Responsabilidad Social Empresarial es un compromiso de la organización con los stakeholders, nace la relación que tiene la organización con el contexto social que lo rodea, trae consigo enormes ventajas competitivas que le generan valor agregado.
- La falta de recursos o el tamaño de la empresa no son impedimento para el cumplimiento de la RSE, ya que existen instituciones dispuestas a respaldar la iniciativa empresarial en diversos campos.
- La RSE implica la creación de un ciclo dinámico en el que interviene la empresa y los diferentes grupos de interés, se nutre de necesidades satisfechas y no satisfechas, y tiene como propósito el beneficio colectivo.
- La contabilidad social es el sistema más indicado al momento de medir acontecimientos sociales, para luego ser reflejados y transmitidos a los usuarios de la información.
- Los informes sociales surgen de la necesidad de dar a conocer a los Stakeholders los efectos de aplicar políticas de responsabilidad social, sin embargo, no existe un modelo estándar debido principalmente a la falta de claridad en las normas que rigen la RSE. Una estructura adecuada para la construcción de un Balance Social y el Estado de Resultados es la presentada en el contenido de la investigación ya que permite visualizar tanto la planeación como la ejecución de la gestión social de la empresa.
- Los componentes del Balance Social reflejan las necesidades de los Stakeholders representadas en UVAS, estos valores se pueden calcular fácilmente por medio de los tres pasos expuestos.
- El Estado de Resultado Social se compone del aporte real (ingreso social) y la inversión neta (costos y gastos sociales), es de anotar que ambos elementos provienen del patrimonio social, caso contrario ocurre en la contabilidad financiera, en la que es necesario conocer el resultado del ejercicio para luego llevarlo al patrimonio.

BIBLIOGRAFÍA

Aguero, M. (1996). Métodos tradicionales de valoración. *Economía Colombiana*, 256. p105-112.

Araújo, J. A. (1997). Balance social. *Revista Universidad Católica de Oriente*, 9 (6). p. 26-35.

Argandaña, A. (1998). La teoría del stakeholders y el bien común. Documento de investigación, 335. Universidad de Navarra, Barcelona. <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf>; febrero 14 de 2008.

Astori, D. enfoque crítico de los modelos de contabilidad social (3ª ed.). México: Siglo Veintiuno.

El balance social empresarial una necesidad que no se puede postergar. (2005, septiembre 12). p. 16.

El balance social: una obligación de los empresarios. (2007, abril 23 a mayo 6). *Ámbito jurídico Legis*, p.16

Balasubramanian, C. las empresas se hacen responsable socialmente. India: perspectivas. p.28

Carvajal, A. R. (2003). Ley 43 de 1990 y código de ética de la IFAC. *Apuntes Contables Bogotá*, 3. p. 59-71.

Cifuentes, A. empresa y responsabilidad social. *Nuestro tiempo (Pamplona)*, 582, 48-65.

Colombia, Ministerio de comercio, industria y turismo y Departamento Nacional de Plantación. (2006). Responsabilidad social empresarial. Bogotá.

Colombia, Ministerio de trabajo y seguridad social sistema de riesgos profesionales. (1999). Responsabilidad social de las empresas modernas. Protección y seguridad, 269. p. 8.

Colombia, Oficina Internacional del Trabajo. (2003). La responsabilidad social de las empresas: mitos y realidades. Revista educación obrera, 130.

Colombia, Organización Internacional del Trabajo, Asociación Nacional de Industriales, Cámara Junior de Colombia Capitulo Antioquia. (2001). Manual de balance social. Medellín: Autores.

ComprometeRSE. Qué es RSE?
<http://www.comprometerse.org.co:8080/RSE/queesrse.jsp>; 23 agosto de 2007.

Cragogna, D. (1980). El balance social en la empresa. Revista de administración de empresas, 11. Buenos Aires.

Devoto, P. A. (2005). El concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) frente al trabajo decente. Proyecto presentado al concurso de proyectos de la investigación sobre trabajo decente convocado por la Red Académica para el Diálogo Social en 2004. http://www.oit.org.ar/documentos/devoto_informe_final.pdf; enero 9 de 2008.

Drucker, P. la sociedad post-capitalista. (1994). Bogota: Grupo Editorial Norma.

Echevarria, L. S., Peña, F. E., Chávez, M. y Arias, M. Responsabilidad social de las empresas. Un enfoque contable. www.monografias.com/trabajo22/responsabilidad-social/responsabilidad-social.shtml; mayo 8 de 2007.

Escobar, D. (1993). Colombia: la matriz de a contabilidad social. *Boletín de estadística*, 482.p. 263-307.

Espinosa, A. (1988). Balance social. *Revista Javeriana*, 546. p. 9-13.

Fernández, M. I., Gallego, M. y Ortiz, J. E. (1990). Balance social: fundamentos e implementación. Medellín.

Gallego, M. (1991). Responsabilidad social, factor de competitividad empresarial. *Administración de personal*, 38. p. 9-13.

Gallego, M. (1999). El balance social como herramienta de auditoría organizacional. *Revista Universidad Eafit*, 115. p. 27-40.

Giraldo, H. La responsabilidad social empresaria debe ser un compromiso efectivo. *Cultura y trabajo*, 65. p.19.

Gómez, M. (2006). La teoría de los stakeholders y la emisión de información para todos los interesados: ¿Discurso o transparencia informativa? *Contaduría Medellín*, 49. p. 95-102.

Hernández, A. (2005). Responsabilidad social empresarial. *Economía colombiana*, 309. p. 84-91.

Kutukdjian, G. B. Ciencia y responsabilidad social. *El Correo de la Unesco Paris*. 01(51), 4-7.

Lara, J. A. Verdad, responsabilidad social y ética en contabilidad.

Ley del Medio Ambiente. Ley 99 de 1993.

Lezca, J. A. (2003). Contabilidad Ambiental. Apuntes Contables Bogotá, 3. p. 25-57.

Machado, M. A. (2002). Responsabilidad medio ambiental. Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría, 10. p.83-128.

Machado, M. A. (2003). Contabilidad y realidad social. Revista Asfacop, 7(6). p.107-123.

Machado, M. A. (2003). El gobierno corporativo en el Brasil y el papel social de las empresas. Revista Asfacop, 7(6), p. 63-88.

Machado, M. A. (2004). Dimensiones de la contabilidad social. Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría Bogotá, 17, p.173-218.

Maldonado, J. J. y Torres F. contabilidad & balance social. Cuadernos de contabilidad Bogota, 10, 9-147.

Mena, R. (2002). Análisis de competencia. [Versión electrónica]. Boletín de Forma, 40. <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/competidores/401705.html>; febrero 14 de 2008.

Oliveira, P. (2005). Conferencia Desafíos Intersectoriales para el desarrollo sostenible: papel del Gobierno, de la empresa y la sociedad. Medellín.

Orjuela, L. (2003). La contribución del contador publico en la erradicación de la corrupción. Apuntes Contables Bogotá, 3. p. 7-24.

Perdiguero, T. y García, A. (2005). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Barcelona: Editorial Universidad de Valencia.

Pérez, E. Un enfoque sobre balance social. *Prospectiva* 03, (02). p. 6-7.

Prieto, R. (2001). Desbalance social y ética empresarial. *Revista de la Universidad de la Salle Bogotá*, 32 (22). p. 91-102.

Quiroz, E. H. (2003). Responsabilidad social y academia: una mirada desde lo contable. *Revista Fundación universitaria Luis Amigó Medellín*, 7-8(6). p.35-39.

Restrepo, C. I. (1994). Compromiso social y liderazgo empresarial. Bogotá: editorial Guadalupe Ltda.

Revista Contaduría. <http://contaduria.udea.edu.co/index.php?page=Revista.IndexPage>; 13 de octubre de 2007.

Rodríguez, E. (1982). Balance social en la actividad gerencial. *Administración de personal*, 4. p. 31-39.

Schvarstein, L. (2003). La inteligencia social de las organizaciones. Buenos Aires: editorial Paidós SAICF.

Senés, B. y Rodríguez, M. P. Contabilidad y medio ambiente: responsabilidad medio ambiental. Recomendación de la Unión Europea. *Revista Legis del Contador*, 10. p.121-162.

Toro, O. L. y Rey, G. (1996). Empresa privada y responsabilidad social. Bogotá.

Toro, O. L. (1997). Rentabilidad empresarial y responsabilidad social; de la teoría a la práctica. *Revista Andi*, 144. p. 54-60.

Vélez, a. (1983). El balance social: desarrollos y perspectivas recientes. *Administración de personal Medellín*, 8 (3). p. 29-44.

Vinasco, L. y Ríos, S. Y. (2002). La valoración económica de activos ambientales como una alternativa para la planificación y gestión de los recursos naturales: conceptos y métodos. *Revista Ingenierías Medellín*, 1. p. 65-81.

Wikipedia, la enciclopedia libre.
http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social_corporativa; diciembre 3 de 2007.

Wikipedia, la enciclopedia libre. http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_14000; mayo 14 de 2008.

<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2003/primer/contabilidad.htm>; 17 febrero de 2008.

<http://www.rppnet.com.ar/responsabilidadsocial2.htm>; 3 diciembre de 2007.