



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

TÍTULO:

**VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA DE UNA EMPRESA COMERCIAL Y
PROPUESTA DE BALANCE SOCIAL**

AUTORES:

ANDRADE MEJÍA PITER ANDRÉS
ZAMBRANO TOSCANO JOSSELINE DANIELA

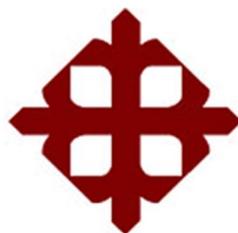
TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA, CPA.

TUTORA:

CPA. VERA SALAS LAURA GUADALUPE, MSc.

Guayaquil, Ecuador

14 de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por:
PITER ANDRÉS ANDRADE MEJÍA Y JOSSELINE DANIELA ZAMBRANO
TOSCANO, como requerimiento parcial para la obtención del Título de:
Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA.

TUTORA

CPA. VERA SALAS LAURA GUADALUPE, MSc.

DECANA

ING. NANCY WONG LABORDE, Ph.D.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Piter Andrés Andrade Mejía y Josseline Daniela Zambrano
Toscano

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “**Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa de una Empresa Comercial y Propuesta de Balance Social**” previa a la obtención del Título de: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2017

LOS AUTORES

Andrade Mejía, Piter Andrés

Zambrano Toscano, Josseline Daniela



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Piter Andrés Andrade Mejía y Josseline Daniela Zambrano
Toscano

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa de una Empresa Comercial y Propuesta de Balance Social”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2017

LOS AUTORES:

Andrade Mejía, Piter Andrés

Zambrano Toscano, Josseline Daniela

REPORTE URKUND

https://secure.orkund.com/view/29889533-748959-

951522#q1bKLVayija2NI/VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWYMtAzMDAwMjlxNTA1NrE0NzIzNDMyNasFAA==



The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/29889533-748959-951522#q1bKLVayija2NI/VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWYMtAzMDAwMjlxNTA1NrE0NzIzNDMyNasFAA==>. The page header features the URKUND logo. The main content area is a table with the following details:

Documento	ANDRADE_PITER_Y_ZAMBRANO_JOSELINE_FINAL.docx (D30274287)
Presentado	2017-08-28 18:57 (-05:00)
Presentado por	Laura Vera Salas (laura.vera@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	laura.vera.ucsg@analysis.orkund.com:
Mensaje	ANDRADE_PITER_Y_ZAMBRANO_JOSELINE_FINAL Mostrar el mensaje completo 1% de estas 91 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

At the bottom of the interface, there is a navigation bar with icons for home, search, and other functions, along with a vertical scrollbar.

TUTORA

CPA. VERA SALAS, LAURA GUADALUPE, MSc.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre Sonia Mejía Alban por ser mi apoyo incondicional en las metas que he querido cumplir en mi trayectoria profesional, a mi hermana Ivette Zúñiga Mejía por siempre apoyarme en todas las decisiones que he querido emprender.

A los profesores que fueron una guía de conocimientos, con los que pude aplicarlos en el ámbito laboral y muchos de ellos fueron un apoyo emocional, a mis compañeros que fueron un apoyo incondicional en el transcurso de la carrera y a mi amiga Josseline Zambrano Toscano que pese a los obstáculos siempre hemos estado juntos en las buenas y las malas y en especial a DIOS por permitirme que cada día pueda ver lo maravilloso que ofrece este mundo.

Piter Andrés Andrade Mejía

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Sonia Mejía Alban con mucho amor, por la paciencia que siempre me ha tenido y porque siempre ha sido un aliento para que día a día pueda levantarme con ganas de seguir cumpliendo mis metas, ya que siempre se ha esforzado por darme su ayuda para poder culminar este reto como todos los demás que tendré.

Piter Andrés Andrade Mejía

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por haberme permitido cumplir esta meta que con mucha ilusión inicie un día. Es para mí muy importante agradecer con todo mi corazón a mis padres; Norma Toscano y Javier Zambrano que su apoyo incondicional ha sido la base de todos mis logros. Agradezco a mi querida hermana quien es un apoyo fundamental en mi vida y que desde pequeñas hemos compartido nuestros triunfos.

No podría dejar de agradecer a mi familia en general, por siempre haberme dado ese voto de confianza y alentarme a seguir adelante, y que desde cualquier lugar siempre han estado pendientes de cada logro en mi vida. Adicionalmente, agradezco a mi compañero y amigo Piter Andrade, con quien he compartido toda la etapa de estudios, en la cual ha sido mi soporte y ayuda en todo momento. Finalmente agradezco a mis amigos y amigas que de una u otra forma han estado conmigo durante todos estos 5 años de mucho estudio y sacrificio.

Josseline Daniela Zambrano Toscano

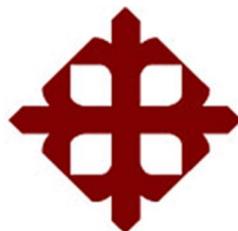
DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón este proyecto de tesis a mis padres y hermana por haber estado conmigo en todo momento y en cada etapa de mi vida.

Dedico también este proyecto a mi compañero de fórmula Piter Andrade, por su apoyo incondicional desde el inicio de nuestra carrera y con quien he tenido la bendición de compartir hasta el final la misma meta.

No quiero terminar mi dedicatoria sin dirigirlo a mi mejor amiga, que desde la distancia siempre ha sido un apoyo moral, quien me ha dado ánimos y fuerzas para nunca rendirme; Sandra Ehrmann querida amiga.

Josseline Daniela Zambrano Toscano



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ING. NANCY WONG LABORDE, Ph.D.
DECANA

ING. PATRICIO BARBERÁN ARBOLEDA, MBA.
COORDINADOR DEL ÁREA

ING. ARTURO AVILA TOLEDO, MSc.
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

CALIFICACIÓN

CPA. LAURA VERA SALAS, MSc.

TUTORA

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	2
Planteamiento del Problema	4
Formulación del Problema.....	5
Justificación.....	5
Objetivos	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos.....	6
Preguntas de Investigación	6
Capítulo I: Fundamentación Teórica	7
Marco Teórico	7
La Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	7
La Responsabilidad Social y la Ética con sus antecedentes	10
Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial	14
Modelos para la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial- RSE.....	15
Teoría de los Círculos Concéntricos.....	16
Campos de Acción de las Empresas	18
Objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	20
Alcance de la Responsabilidad Social	22
Impacto de la Responsabilidad Social	23
Ventajas y Resultados de la Implementación de la Responsabilidad Social	25
Beneficios de la Responsabilidad Social	31
Acciones de Responsabilidad Social	33

La Responsabilidad Social y la ISO 26000-2010.....	34
Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador	36
La Constitución como Base Legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador.....	37
Modelo de Contabilidad para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	38
Responsabilidad Social y Contabilidad Social.....	38
Aproximación a un Modelo Contable que permita la Medición, Valoración y Control de la RSE	39
Ente Económico y Social.....	40
Continuidad.....	40
Unidad de Medida	41
Período.....	41
Valuación o medición	42
Esencia sobre la forma.....	42
Realización.....	42
Asociación.....	42
Mantenimiento del patrimonio	42
Revelación plena.....	43
Importancia relativa o materialidad	43
Prudencia	43
Características y prácticas de cada actividad.....	43
Proceso y procedimiento del modelo	44
Variables e indicadores del Modelo	45
Balance Social.....	46
El Balance Social como Herramienta de Auditoría Organizacional	47

Concepción sistémica de las organizaciones.....	49
Concepto de Auditoría Social.....	50
¿Qué es el Balance Social?	50
Objetivos del Balance Social.....	51
Requerimientos básicos para la implementación del Balance Social.....	52
Metodología de elaboración del Balance Social	53
1. Definición del área responsable.....	53
2. Definición del plan de trabajo.....	53
3. Conformación del equipo.....	53
4. Definición del modelo específico según la organización....	54
Pasos para Elaborar un Modelo Específico de Balance Social	54
Contabilidad Social.....	56
Elaboración del Presupuesto Social.....	56
Cuadro de Balance Social.....	56
Clasificación del Balance Social	57
Beneficios del Balance Social.....	59
Principales modelos del balance social que se usaron internacionalmente en los que se basó la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)	60
Modelo de Balance Social según la OIT (Organización internacional de Trabajo)	60
Modelo de Balance Social según el Global Compact de Naciones Unidas.....	60
Modelo de Balance Social según el Global Reporting Initiative.	61
Modelo de Balance Social según el Instituto ETHOS	61
Modelo de Balance Social de la Universidad de la Plata	63

Modelo de balance social según la metodología de la LOEPS (Ley Orgánica de Economía popular y solidaria).....	63
Balance Social en la Contabilidad de las Empresas.....	65
Marco Referencial.....	67
El Balance Social como una Herramienta Válida para Representar la Responsabilidad Social en las Empresas Chilenas.....	67
Desarrollo.....	68
Responsabilidad social empresarial.....	68
El Balance Social como Herramienta Eficaz para Representar la Responsabilidad Social Empresarial.....	69
Antecedentes históricos del Balance Social.....	73
El Balance Social en Chile.....	73
Antecedentes de la Responsabilidad Social en el Ecuador.....	79
Marco Conceptual.....	81
Capitulo II: Metodología de la Investigación.....	83
Enfoque.....	83
Tipo de investigación.....	83
Métodos y Técnicas de Recolección de Datos.....	84
Observación.....	84
Entrevista.....	84
Bibliográfica.....	84
Diseño de la Investigación.....	84
Diseño del Instrumento.....	86
Bases para las Encuestas y las Entrevistas.....	87
Composición de la muestra.....	88
Resultados de las Encuestas.....	89

Resultado de la Entrevista.....	96
Capítulo III: Propuesta.....	100
Datos Informativos.....	100
Justificación	100
Objetivos.....	101
Objetivo de la Propuesta.....	101
Objetivos Específicos de la Propuesta.....	101
Fundamentación propuesta	101
Acciones a tomar para implementar Responsabilidad Social en las Empresas	102
Presupuesto de Responsabilidad Social.....	103
Identificación de las cuentas de responsabilidad social.....	105
Activos de Responsabilidad Social Empresarial	105
Pasivos de Responsabilidad Social Empresarial	105
Patrimonio de Responsabilidad Social Empresarial.....	106
Ingresos de Responsabilidad Social Empresarial	106
Costos y Gastos de Responsabilidad Social Empresarial.....	106
Propuesta de Balance Social.....	106
Plan de Cuentas de Balance Social.....	107
Ejemplos de asientos contables para la Aplicación de Responsabilidad Social.	109
Adquisición de propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social y registro de su depreciación.....	112
Conclusiones.....	114
Recomendaciones.....	115
Bibliografía	116

Anexos	120
--------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Determinación del número de empresas en el norte de Guayaquil - Ecuador</i>	855
Tabla 2. <i>Determinación de la muestra (Clientes – Empleados)</i>	855
Tabla 3. <i>Determinación de la muestra (Empresas- Proveedores)</i>	866
Tabla 4. <i>Presupuesto de Responsabilidad Social.</i>	1044
Tabla 5. <i>Asiento de transferencia de valores por aprobación de Presupuesto de Responsabilidad Social</i>	10909
Tabla 6. <i>Asiento de Gasto por compra de rampa para minusválido</i>	10909
Tabla 7. <i>Asiento de Gasto por refrigerios</i>	1100
Tabla 8. <i>Asiento de Gasto de compra de arboles</i>	1100
Tabla 9. <i>Asiento de Gasto en ventilaciones.</i>	111
Tabla 10. <i>Asiento de Gasto en Capacitación a los Empleados</i>	1111
Tabla 11. <i>Asiento de Gasto en Becas para los hijos de los empleados</i>	1111
Tabla 12. <i>Asiento de Gasto por bono de desempeño a los Empleados</i>	1122
Tabla 13. <i>Adquisición de propiedad y planta</i>	1122
Tabla 14. <i>Gasto de depreciación</i>	1133

ÍNDICE GRÁFICOS

Figura 1. Evolución de las Iniciativas Mundiales para alcanzar la Responsabilidad Social.....	122
Figura 2. Esquema de la Responsabilidad Social.	133
Figura 3. Aspectos y objetivos de la responsabilidad social empresarial.	200
Figura 4. Aspectos relevantes sobre los alcances que puede tener la responsabilidad social.....	233
Figura 5. Impactos que pueden llegar a tener la aplicación de la Responsabilidad Social.....	255
Figura 6. Resultados que puede obtener la responsabilidad social empresarial.	288
Figura 7. Ventajas que pueden llegar a tener la aplicación de la responsabilidad social empresarial.	29
Figura 8. Otros resultados que pueden llegar a tener la responsabilidad social empresarial.....	29
Figura 9. Resultados de la aplicación de la responsabilidad social.....	311
Figura 10. Materias fundamentales de la RS, basadas en las normas ISO 26000.....	355
Figura 11. Información que debe contener el Balance Social.	700
Figura 12. ¿Ha escuchado hablar de responsabilidad social?	89
Figura 13. ¿Según su criterio cuál de los siguientes puntos considera que abarca la Responsabilidad Social?	90
Figura 14. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial es importante?	911
Figura 15. ¿Considera que las empresas en Guayaquil - ecuador aplican la responsabilidad social?.....	922

Figura 16. ¿La empresa donde compra o trabaja aplica Responsabilidad Social?.....	932
Figura 17. ¿En qué ámbitos o grupos de personas en los que cree que debería enfocarse principalmente la responsabilidad social?	933
Figura 18. ¿Cuáles considera usted deberían practicar las empresas para ser más socialmente responsables?.....	944
Figura 19. ¿Qué puntos considera importante para que una empresa se considere socialmente responsable?	955
Figura 20. Plan de Cuentas social.....	108

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue identificar los recursos que las empresas comerciales en Guayaquil necesitan para desarrollar actividades de Responsabilidad Social Empresarial, solucionando problemas como: deficiente imagen corporativa, dificultad para mantener cartera de clientes y poco atractivo para los inversionistas. Para obtener la información que permitió avanzar con este trabajo, se realizaron entrevistas a empresarios, clientes y proveedores, determinando que lo deseable es que las empresas destinen más inversión en prestaciones laborales, inclusión social y planes de remediación ambiental. Simultáneamente, se presenta una propuesta de Balance Social para mostrar los recursos a utilizar y los gastos en los que se incurre al aplicar estas actividades en la empresa.

Palabras Clave: Balance Social, Responsabilidad Social, Imagen Corporativa, propuesta, perjuicios, remediación ambiental.

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to identify the resources that the commercial companies in Guayaquil need to develop activities of Corporate Social Responsibility, solving problems as: poor corporate image, difficulty to maintain client portfolio and little attractiveness to investors. In order to obtain the information that allowed this work to be carried out, interviews were conducted with employers, customers and suppliers, determining that it is desirable that companies allocate more investment in labor benefits, social inclusion and environmental remediation plans. Simultaneously, a Social Balance proposal is presented to show the resources to be used and the expenses incurred in applying these activities in the company.

Keywords: Social Balance, Social Responsibility, Corporate Image, proposal, damages, environmental remediation.

Introducción

Hasta hace una década, se pensaba que la responsabilidad empresarial radicaba solo en generar ingresos, sin tomar en cuenta las repercusiones que causan sus actividades de procesamiento industrial en sus empleados y la comunidad Vives (2011); no obstante, en la actualidad, las empresas buscan compensar los daños que han ocasionado al ambiente y a la sociedad, mediante la *responsabilidad social*, que no solamente es una estrategia empresarial, sino que, con el pasar del tiempo se ha convertido en un medio de gestión innovador y de generar ingresos sostenibles en el tiempo. La responsabilidad social ha permitido a los empresarios transformar sus operaciones en sustentables, en lo económico, social y ambiental mediante la inclusión de los intereses de los grupos con los que se relaciona (Vives, 2011).

Las empresas han ingresado en un mundo donde la responsabilidad social empresarial (R.S.E) o también llamada responsabilidad social corporativa (R.S.C.) genera Influencias en la toma de decisiones en las empresas, para impulsarla con mayor producción, fidelidad de los clientes, mejor acceso al mercado, rendimiento y fiabilidad en la dirección de sus asuntos, y a su vez, proporcionando mayores beneficios sin importar lo complicado que pueda resultar. Varias empresas han implementado la responsabilidad social en el Mundo, experimentando los beneficios cuantitativos, además de la mejora cualitativa del rendimiento financiero, que reduce los costos y mejorar la imagen corporativa (Escudero & Lama, 2014).

Una verdadera responsabilidad social deberá ir de la mano con los valores corporativos que maneje cada organización, los mismos que tendrán que fijarse por escrito en las políticas de la empresa, con el fin de garantizar su continuidad pese a cualquier cambio que se pudiera presentar en la dirección o propiedad de la misma. Tener conciencia de la importancia que conlleva este tema en las empresas, es asumir que toda acción realizada tendrá un impacto positivo o negativo, en la calidad de vida de sus colaboradores y la sociedad; el cumplir responsablemente con este precepto, dará la capacidad para que las empresas minimicen sus impactos negativos

y generen futuras negociaciones bajo normas sustentables y amigables con el medio ambiente (Duque, Cardona, & Rendón, 2014).

Como toda actividad empresarial, la responsabilidad social corporativa genera costos económicos que son asumidos en la contabilidad financiera como parte de los costos y gastos del periodo, generalmente bajo la clasificación de gastos no operativos. Esta forma tradicional de contabilizarlos genera deficiencias al momento de tomar decisiones distintas a la valoración financiera de las empresas. Estas situaciones no están contempladas en las Normas de Información Financiera, ni en las Normas Internacionales de Contabilidad, ni en las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (Dale & Onyx, 2010).

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo identificar los parámetros de medición de los costos monetarios de la RSC, su impacto en las utilidades de la empresa y las tendencias de investigación con respecto a la temática de valoración de los gastos de RSC. Para su organización se considerarán cuatro capítulos, los cuales se desglosan de la siguiente manera:

En la parte introductoria se abordarán temas referentes al problema objeto de estudio y sobre la responsabilidad social, teorías de valoración de responsabilidad social y conceptos básicos que ayudarán a los lectores a comprender mejor la investigación a desarrollarse. En el capítulo I se desarrollará un diagnóstico de las empresas ecuatorianas en relación con la responsabilidad social, para identificar las necesidades de valoración específica de este tipo de actividades. En el segundo capítulo se desarrollará el marco metodológico que servirá de base para la obtención de los datos, así como los resultados de las diferentes técnicas y métodos aplicados; finalmente en el tercer capítulo se presentará la propuesta de implementación de un Balance Social que permita a los usuarios de información financiera contar con los datos necesarios para la toma de decisiones.

Planteamiento del Problema

La responsabilidad social, más que un tema de actualidad es un tema de concientización que los empresarios deben aplicar en todas las organizaciones, y con mayor énfasis aquellas que en su producción emiten sustancias dañinas para la salud humana y ambiental. Sobre este tema, los países desarrollados cada vez son más conscientes de que es necesario ejecutar acciones para garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, contribuyendo en la solución de problemas complejos y el mejoramiento en los ámbitos social, ambiental y económico; a pesar de esta tendencia empresarial, en países latinoamericanos aún no genera gran interés desde el punto empresarial.

Las empresas que no han definido su responsabilidad social presentan varios problemas como son: deficiente imagen corporativa, dificultad para mantener cartera de clientes, poco atractivo para los inversionistas; en tanto que aquellas empresas que ejecutan ciertas acciones de RSC suelen presentar inadecuada revelación de información financiera. De no mejorar estos aspectos, el fortalecimiento ante el mercado será bajo, quedando vulnerables ante la competencia, impidiendo mejorar sus precios, al mismo tiempo que sus servicios y preferencia ante sus clientes.

Con el pasar de los años la conciencia social empresarial ha evolucionado; en un comienzo, se atribuía el daño social solo a las empresas, pero en estos tiempos, organizaciones de sociedad civil, organizaciones mundiales e incluso el gobierno, están incluidos en estas acciones que generan impactos negativos que se ven reflejados en la desigualdad social, la pobreza extrema a consecuencia de la falta de educación, vejez con una mala calidad de vida, actos de corrupción, contaminación ambiental, entre otras (Mugarra, 2001).

Por esta razón y con el fin de aportar a la solución de estos problemas, desde una perspectiva empresarial, las organizaciones han adoptado firmemente la RSE respaldando sus acciones en los reglamentos internos, ya que por muy bueno que sea, no a todo hecho que posea valores éticos de responsabilidad, se le puede considerar RSC.

Las organizaciones que hacen conciencia de su papel ante la sociedad deben conocer cuál será el costo de asumir dicha responsabilidad y la mejor forma de exponer la información ante los usuarios internos y externos para facilitar la toma de decisiones; estos procedimientos aún no se encuentran claramente definidos en las normas contables.

Formulación del Problema

¿Cuáles son y cuál es la mejor manera de asignar los costos y gastos originados por la RSC?

Justificación

La Constitución del Ecuador en su artículo 14 Sección segunda de Ambiente sano: reconoce el “derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir”. Por esta razón se cree importante que todas las empresas en el Ecuador cumplan con este requerimiento el cual ayude a la *sostenibilidad* de ecosistema. Adicionalmente, en los artículos 15, 72, 73, 74, 83 literal 6, 395, 396 estipulan leyes que protegen la naturaleza, el ambiente y los recursos naturales dentro del territorio ecuatoriano, ya sea a personas naturales o jurídicas.

El Plan Nacional del Buen Vivir, que contiene las políticas que guiarán las actividades de los ciudadanos y el Estado, señala como objetivo 7: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”, por lo cual justifica el propósito de la investigación, ya que se busca por medio de la implementación de la responsabilidad social garantizar el principio mencionados en el Plan Nacional del Buen Vivir.

La Contabilidad tiene como propósito generar información para la toma de decisiones por parte de diferentes usuarios, razón por la cual, las acciones de responsabilidad social empresarial y los costos que ésta genera deben revelarse de manera adecuada, para cumplir con el propósito establecido. Tal como se presentan los estados financieros en la actualidad, se limitan a la presentación de los resultados obtenidos y la situación financiera de la empresa, pero no se aplican métodos y técnicas de valoración que permitan

a los usuarios identificar con claridad, objetividad y razonabilidad las cifras relativas a los costos y gastos asociados a esta importante actividad empresarial.

Esta investigación contribuirá a conocer las mejores técnicas y prácticas que deberían aplicarse para la adecuada toma de decisiones por parte de los usuarios de la información financiera.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la inversión social requerida para una empresa comercial mediante un estudio de investigación bibliográfica para proponer un esquema de "Balance Social" que refleje los gastos que se pueden incurrir en las actividades de responsabilidad social corporativa.

Objetivos específicos.

- Analizar los requisitos necesarios para implementar programas de Responsabilidad Social Corporativa en empresas comerciales.
- Identificar los referentes teóricos con respecto a la presentación de información derivada de los costos y gastos de asumir RSC.
- Cuantificar la inversión requerida para una empresa comercial que desea implementar prácticas de RSC.
- Proponer la aplicación de la metodología de Balance Social para informar a los usuarios sobre los costos y gastos de RSC.

Preguntas de Investigación

- ¿En qué consiste la Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Cuáles son los beneficios?
- ¿Los empresarios en el Ecuador aplican RSC como estrategia empresarial?
- ¿Cuál es el costo que deben asumir las empresas que apliquen RSC?
- ¿Cuál es la mejor manera de presentar la información relacionada a la RSC para los usuarios internos y externos?

Capítulo I: Fundamentación Teórica

Marco Teórico

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La evolución histórica de la responsabilidad social se remonta al siglo XIX y mediados del siglo XX. Durante el primer periodo, el término RSE era totalmente desconocido, las instituciones dedicaban sus esfuerzos solo a producir ingresos; a raíz de la gran depresión en el año 1930, que generó una crisis bursátil mundial, dejando como consecuencia desempleo y pobreza masiva en muchas familias, surge de manera espontánea por parte de los empresarios, la conciencia de impulsar causas sociales, teniendo en cuenta que las empresas utilizan recursos de la sociedad para sus fines, siendo justo que estas lo compensen; a su vez la sociedad notó la capacidad del sector privado para solucionar daños generados por los procesos productivos de las empresas, al entorno (Correa, 2004).

Las empresas privadas y aquellas sin fines de lucro, han evolucionado en tres etapas: filantrópica, transaccional e integrativa, siendo esta última la que más aporta beneficios. Lozano (2005), afirmó que la RSE se originó en 1920, gracias a la relación filantrópica de caridad que tenían las empresas de aquel tiempo, y que a través de los años estas acciones pasaron a ser realizadas no solo por los dueños sino en conjunto empresarial. Posteriormente esto se complementó con el “Principio de Administración”, que enfocaba en la gestión y administración de la RSE a nivel corporativo (Lozano, 2005).

Correa (2004) identificó a los años 50 y 60 como los que marcaron la diferencia, estabilizando definitivamente el concepto de responsabilidad social en las organizaciones, tras los diversos escándalos de corrupción e insatisfacción ciudadana, llevando tanto a la empresa, el gobierno y la sociedad, a una interrelación, para hacer frente al evidente cambio social, que se caracterizó por la creación de nuevas normas que garanticen el cumplimiento de obligaciones por parte del gobierno y empresarios.

Algunos gobiernos tomaron conciencia de los beneficios que reporta esta actividad de conciencia social y emitieron disposiciones que de alguna

manera incentivaron el cumplimiento de la RSC, así, por ejemplo, en 1950, el gobierno de Estados Unidos emitió leyes tributarias para motivar a los empresarios a formar parte de los aportes voluntarios en favor de esta causa, retribuido con la exención de impuestos (Correa, 2007).

Durante los últimos años, empresarios de todo el mundo han establecido normativas con el objetivo de atenuar externalidades negativas, las mismas que dieron pie a obligaciones legales nuevas. En consecuencia de estos sucesos, una empresa se considera socialmente responsable, solo si se comprueba la voluntad de las entidades al adquirir los compromisos morales, que debe ser completamente diferenciados de aquellos que son una obligación innata (Rodríguez, 2015).

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa tomó fuerza principalmente tras la llegada de la globalización, la evolución acelerada de la economía, la concientización ecológica y el avance en las tecnologías. Aquellos hechos fueron propicios para desencadenar progresivamente programas e iniciativas corporativas que promuevan el establecimiento de códigos de conducta que contribuya al desarrollo sostenible (García, 2012).

Un concepto altamente relacionado con la Responsabilidad Social es *Desarrollo Sostenible*, que fue un término pionero en la segunda Cumbre de la Tierra que tuvo lugar en 1982, donde se utilizó este concepto por primera vez; está definido como aquel proceso mediante el cual se abarca la satisfacción de las necesidades presentes, sin que esto afecte las siguientes generaciones. El desarrollo sostenible promueve la ejecución de proyectos incluyentes en áreas económicas, sociales y medioambientales (Guevara & Ramos, 2017).

Para el año de 1966, el manejo interno y registro de las actividades sociales, con sus respectivos efectos, toma un giro, con la aparición del primer instrumento de medición contable, llamado "Balance Social", el cual se creó para facilitar la medición de la responsabilidad social y ambiental en las empresas. Dicha herramienta, fue utilizada en principio, por Estados Unidos, logrando mejorar la mala impresión que daban las instituciones. Paulatinamente este sistema fue adentrándose en países europeos como

Alemania y Francia, llegando a un éxito tal que asentó su eficacia en forma legal (Herrera, 2011).

La primera definición de Responsabilidad Social Empresarial tuvo lugar en 1953 con la publicación de la obra “Responsabilidades Sociales de Los Hombres de Negocios” de Bowen (1953). En esta época se comienza a enfatizar en la consciencia social de los empresarios, en vez de referirse de manera exclusiva a los beneficios económicos de la compañía; más adelante, en 1980, se introdujeron otros términos como la *ética de negocios* que es el estudio de lo moralmente adecuado e inadecuado adaptado a organizaciones, instituciones y el proceder en las actividades empresariales. Estos conceptos continuaron adaptándose y evolucionando, hasta entender a la Responsabilidad Social Empresarial como las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad (Duque & Orozco, 2014).

Paralelamente al desarrollo de la responsabilidad social, surge el concepto de *Stakeholder* como la persona o grupo de personas que invierten en determinada empresa y reciben beneficios de la actividad de la misma; en consecuencia, todas las decisiones que tome el gerente afectarán a los potenciales inversionistas y personas relacionadas. Por consiguiente, la Responsabilidad Social supone un reto para los tomadores de decisiones y debe ir de la mano con el diálogo ente gerentes y grupos de interés (Laraña, 2013).

Las empresas actuales, dependen en gran parte de la competitividad, siendo este factor vital para su permanencia y progreso; estas deben atraer a los clientes con argumentos que las diferencien de competencia, y para ello, una característica fundamental es la manera en que estos perciben la responsabilidad de la organización, lo cual permitirá que se presente una imagen transparente, traducida en niveles de ingresos superiores a los ya generados y con una mejor rentabilidad. No obstante, hay que reconocer la naturaleza innata de las empresas, que es la de producir bienes y servicios,

bajo este planteamiento, el futuro de la empresa será el resultado directo de la eficiencia en el cubrimiento de las expectativas del cliente (Cedillo, 2014).

Según la Comisión de las Comunidades Europeas, la Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en sus relaciones con sus interlocutores llegando más allá, es decir; invirtiendo en capital humano, mientras se cumple con las obligaciones jurídicas (Rendueles & Mata, 2010).

Al verse implantado en el mundo actual la conciencia hacia la responsabilidad social, varias instituciones internacionales van fomentado un precedente al aplicarlo, siendo un ejemplo de ello el “Pacto Global” Naciones Unidas de 1999, iniciativa que incentiva en las demás compañías, adoptar principios relacionados con los derechos humanos, normas para mejorar las condiciones laborales, conservación del ambiente y sistemas anticorrupción. Otro hecho trascendente fue el lanzamiento de el “Libro Verde de la Responsabilidad Empresarial” de la Comunidad Europea de 2001, en el cual se ven directrices éticas, sociales y medioambientales para uso de las empresas (Navas & Arias, 2010).

También en esta clasificación se encuentra, el desarrollo de las normas ISO 26.000 creadas exclusivamente con una visión de Responsabilidad Social; este hecho ha permitido que diferentes expertos del mundo empresarial se unan con aportaciones al tema.

En conclusión, la responsabilidad social empresarial (RSE) se define como un conjunto de prácticas voluntarias, que buscan lograr un equilibrio económico, social y ambiental, para mejorar las condiciones sociales de la comunidad y generar una competitividad más elevada (Rodríguez, 2015).

La Responsabilidad Social y la Ética con sus antecedentes

En la actualidad, las entidades se enfrentan a muchos desafíos, de los que la mayoría vienen dados por los cambios que se presentan en el ambiente. Estos retos a las empresas son por lo general: globalización, competencia, tecnología, responsabilidad social, conocimiento y activos intangibles (Correa, 2007).

Según Moya (2010) La ética y responsabilidad social, son dos conceptos que se encuentran estrechamente relacionados, debido a que la ética es quien orienta a las personas a comportarse de cierto modo, y el principal objetivo de la misma es realizar una toma de decisiones racional y justa.

La ética en las empresas tiene como objetivo proporcionar un fin social. El fin social, está compuesto de dos tipos de bienes que son internos y externos. Los bienes o servicios internos son los que constan en las actividades de la empresa propiamente dichas o establecidas, los bienes externos son los que comparten las empresas, como: prestigio, dinero y poder.

Es en este momento donde la responsabilidad social se relaciona con la ética, debido a que las entidades que son proactivas siempre están un paso por delante de la sociedad, siempre están pendientes de brindarles a sus clientes la mejor calidad para que se vuelvan clientes fieles, incrementando la calidad de sus bienes internos. Las utilidades que obtenga la empresa son un resultado indispensable para que se puedan realizar estas mejoras que permitan incrementar el nivel del servicio al cliente.

La responsabilidad social, es un tema complejo de tratar, pues existen casos de compañías en los que se supone que las empresas actúan bien socialmente, sin embargo, en realidad no están siendo entidades éticas. Los autores que intervienen en estos casos son: en el ámbito interno, accionistas y trabajadores; y externo los clientes, consumidores, proveedores y comunidad (Moya, 2010).

La responsabilidad social consiste en identificar los problemas que sean de interés público, como: pobreza, desnutrición, analfabetismo, etc. para realizar acciones que permitan mejorarlos. Con el pasar del tiempo, los problemas que han existido en la humanidad han incentivado a que se busque un marco legal para hacer uso de la responsabilidad social, a través de declaraciones, pactos y creación de entidades. Por estas razones se detallara en la figura 1. La evolución de las iniciativas mundiales para alcanzar la

responsabilidad social y en la figura 2. El esquema de cómo se debe llegar a la responsabilidad social.

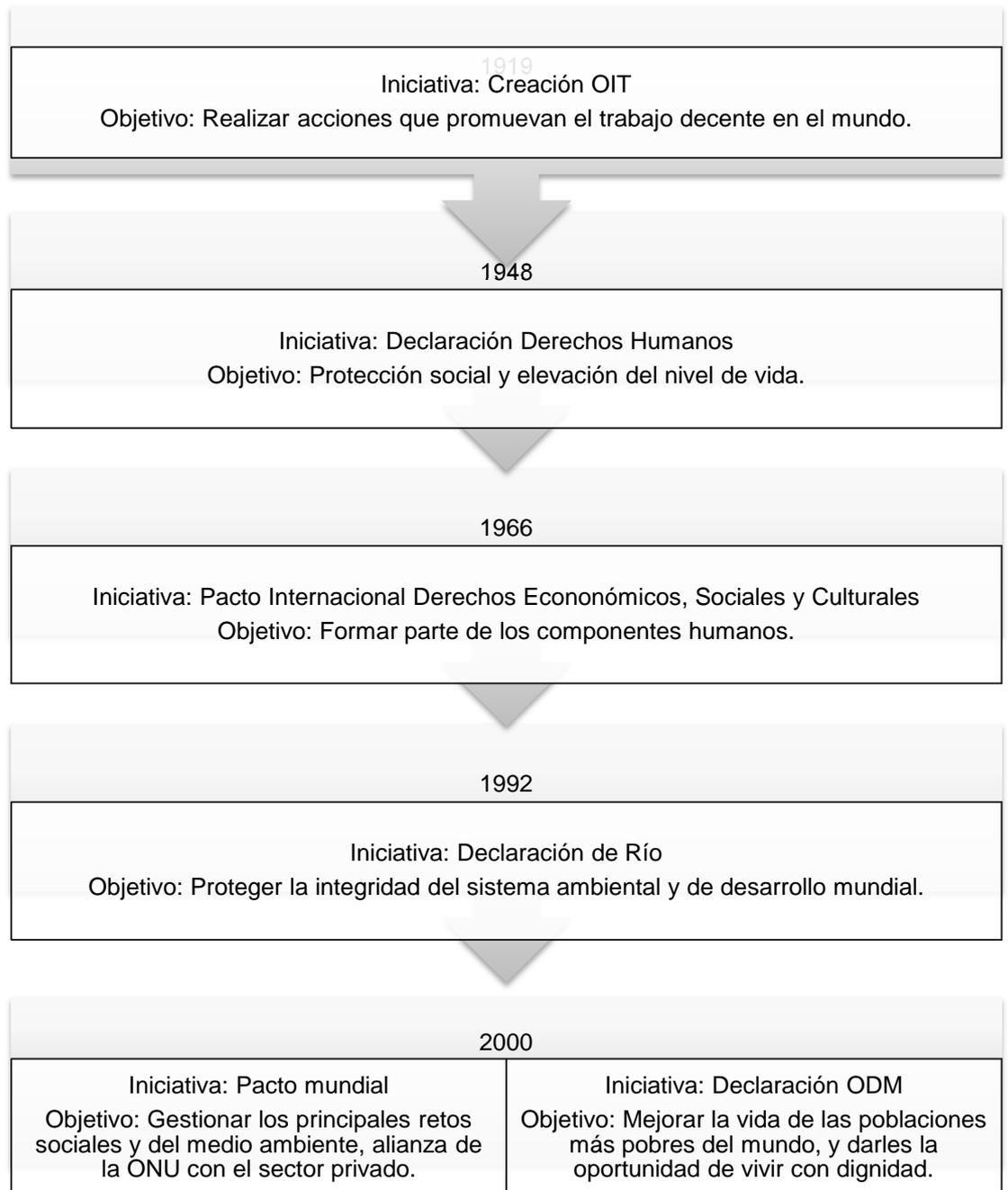


Figura 1. Evolución de las Iniciativas Mundiales para alcanzar la Responsabilidad Social. Adaptado de: Responsabilidad social y la Ética, por: Moya, 2010.

El siguiente esquema, planteado en la Figura 2, permitirá que se observe la verdadera relevancia del significado de la responsabilidad social y también las entidades que se encuentren involucradas, con sus respectivas funciones que formarán parte de la filosofía de la compañía.

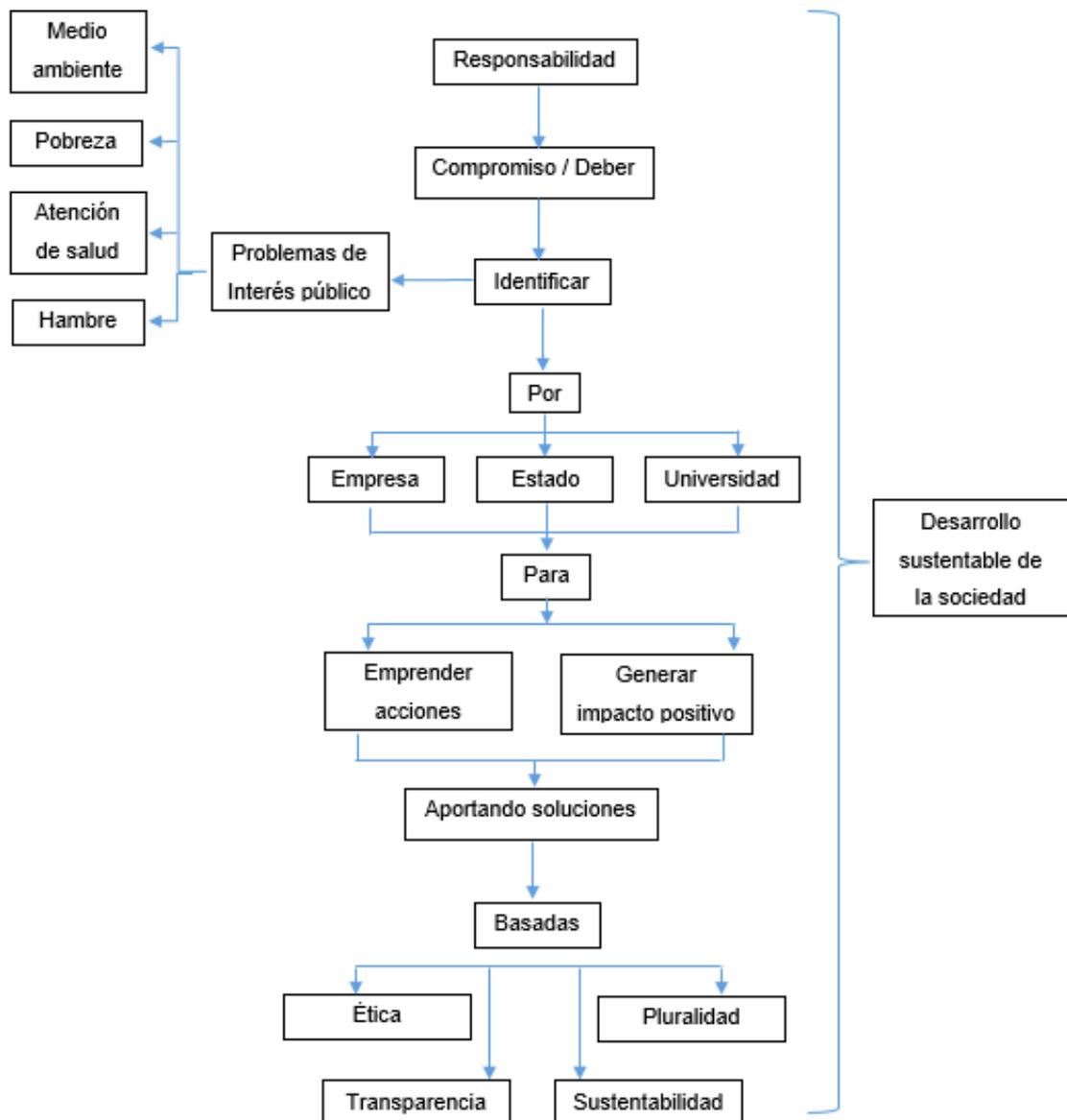


Figura 2. Esquema de la Responsabilidad Social. Adaptado de: *Responsabilidad social y la Ética*, por: Moya, 2010.

Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial

El vocablo desarrollo sostenible es aplicado al desarrollo socioeconómico y apareció por primera vez en el documento llamado “Informe Brundtland” publicado en 1987; este documento es fruto de los aportes de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones que fue creado en 1983. La definición se asumió en el principio 3 de la declaración de Rio de Janeiro de 1992; la cual hace referencia a la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales sin que esto perjudique a las futuras.

Los conceptos de empresa de la actualidad no son definiciones suficientes y completas; debido a los diversos desafíos que se enfrenta esta, tales como la globalización que es producto del desarrollo de tecnologías; esto hace que se reformule su concepción y se dirija la atención a la interacción de la empresa con el medio que los rodea; esto permite crear una empresa que perdura a través del tiempo (Duque, 2014).

Las personas que conforman la organización poseen una visión participativa que hace crear vínculos con sentido de pertenencia; con valores humanos que son potencializados a través de 3 escenarios o ejes, los cuales son: social, económico y ambiental. Una empresa que subsiste a través del tiempo es aquella que crea valor y promueven valores que benefician al entorno. Para que sea posible la innovación, es necesaria desarrollarla en ambientes que sean apropiados y que permitan desarrollo sostenible. Los procesos de responsabilidad y sostenibilidad son mutualistas en cuanto a ganancias; puesto que, si la empresa obtiene ganancias, el entorno también lo hará (Moya, 2010).

Si una empresa siente la obligación moral con la comunidad que los rodea, esta tiene claro el concepto de responsabilidad social; pero en la actualidad este concepto ya es una obligación de cumplimiento para las empresas; pues deben velar por que las actividades que realicen no perjudiquen a la comunidad. Se puede conceptualizar a la responsabilidad social como: compromiso de forma voluntaria de las empresas de otorgan soluciones a los problemas que se generan y son compartidos con el entorno;

reconociendo aquellas necesidades en el ámbito social, económico y ambiental, desarrollando estrategias que sean aceptadas por la sociedad y que permitan la subsistencia de la empresa a través del tiempo (Moya, 2010).

Modelos para la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial- RSE

Una prioridad en el ámbito empresarial moderno hace referencia al alineamiento de los objetivos de la gestión y de los valores de la empresa; lo que busca es introducir la responsabilidad social en las estrategias y en la cultura organizacional. Un sin número de organizaciones han investigado instrumentos que permitan la planeación, organización, dirección, control y la evaluación cuantitativa y cualitativa de la Responsabilidad Social Empresarial; de las cual se destacan las siguientes normas: SA 8000 – 2007, SGE21:2008, ISO26000, ANDI, EFQM, Libro Verde de la Comisión Europea, AA1000 (Duque , 2014).

La Responsabilidad Social Empresarial permite a la empresa desarrollarse de manera sostenible. Para conocer cómo se desarrolla la empresa y evaluar sus resultados en el ámbito social, ambiental y económico se determinan indicadores, tales como:

1. Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial (2008): Este indicador fue desarrollado por el instituto “Ethos” ubicada en Brasil; la cual es un conjunto de compañías de diferentes tamaños y sectores que se interesan por temas referentes al desarrollo de actividades con responsabilidad social. Los indicadores que proporciona Ethos son una herramienta importante que permite procesar la gestión de la Responsabilidad social en la empresa.
2. Balance social IBASE: Fue desarrollado por el Instituto de Análisis Sociales y Económicos de Brasil en 1981, cuyo objetivo fundamental es combatir la desigualdad, construyendo un entrono democrático que permita la participación de la sociedad en general. Este tipo de indicadores permiten la realización de documentos informativos acerca de proyectos y de beneficios sociales y ambientales. IBASE ofrece

cuatro modelos acerca de balances sociales que son dirigidas a: empresas, organizaciones, fundaciones y las PYMES.

3. GRI (Global Reporting Initiative): Fue una iniciativa desarrollada por la Organización Gubernamental de los Estados Unidos y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente en 1997; el cual fue creada con el objetivo de entregar enseñanzas en cuanto a: calidad y utilidad de la sostenibilidad. Esta herramienta permite la medición del desempeño que tiene la empresa frente a los aspectos: sociales, económicos y ambientales (Moya, 2010).

Teoría de los Círculos Concéntricos

El ser humano es por naturaleza social, busca estar siempre en contacto con otras personas; hablar sobre el comportamiento humano es muy complejo, por lo que para su estudio, se han desarrollado varias teorías, siendo una de ellas la Teoría de los Círculos Concéntricos la cual el sociólogo Ernest Burgess propuso por primera vez la teoría en 1925, que establece los primeros conocimientos sobre la organización de las estructuras sociales urbanas, donde dentro de ella, existen varios niveles o contextos, que permiten comprender de mejor manera las reacciones y comportamientos; imaginándonos a las personas como un eje central, teniendo en cuenta su proximidad inmediata y prioritaria, esto va direccionado hacia la familia y las amistades más cercanas, además se ubican las relaciones profesionales, como por ejemplo asesoramiento psicológicos, médicos, entre otros (Ucín, 2009).

La Teoría de Círculos Concéntricos con respecto a la responsabilidad social empresarial es un tema poco explorado, pero que Argadoña (2012) la distingue en cuatro tipos de responsabilidades que debe tener el empresario contemporáneo:

- 1) **Responsabilidad consecuente**, la cual habla por las consecuencias de sus actos. Donde esta responsabilidad se deriva de la libertad que se tiene como personas, pero que no se puede elegir sus acciones, ni renunciar a la responsabilidad que se deriva de ellos. Por ejemplo, las personas serán

responsables de las consecuencias medioambientales por sus acciones.

- 2) **Responsabilidad antecedente**, trata de todas las consecuencias de las acciones humanas, pero no de la misma manera, sino en lo que él llama “**círculos concéntricos**” de la responsabilidad, que empieza por cada persona, sigue con su familia, su empresa, las personas con las que se inter relaciona, su comunidad, entre otras. Además, todas las personas son responsables de las motivaciones de sus actos, y de los principios que los rigen, que son las razones últimas que los explican. Si el directivo no es capaz de dar razón de los principios por los cuales tomó una decisión, es ya irresponsable de alguna manera. Señala también que los principios deben estar encarnados en las personas, y que esos principios no garantizan las consecuencias: una persona sin principios puede tener excelentes resultados económicos, pero esta perderá sus valores como persona.
- 3) **Responsabilidad congruente**, es la que relaciona la responsabilidad de sus actos con su modo de ser, con su carácter, ya que las consecuencias de sus actos dependen del proyecto de vida que hayan adoptado y que tratan de cumplir.
- 4) **Responsabilidad trascendente**, es la que permite cumplir la misión para la cual se está en este mundo, siendo el concepto más central de la responsabilidad (Argadoña, 2012).

El desarrolló la Teoría Conceptual de los Círculos Concéntricos en aspectos relacionados a empresas, están basadas en estudios empíricos que manifestaban la aplicación de reglas sociales de las personas miembros de una sociedad. Este sector concebía el desarrollo de las empresas, en coordinación con el cumplimiento de objetivos que contribuyesen para así alcanzar objetivos beneficiosos dentro del conjunto comunitario. Estas expectativas son transcritas en la teoría de los círculos, donde se representan los distintos objetivos empresariales, siendo obvio que el enfoque central se

encamine a los objetivos económicos, mientras que en la parte externa se ubican metas distintas que, a pesar de no ser imprescindibles para la consecución del objetivo central del negocio, cada vez van ganando terreno (Argadoña, 2012).

Campos de Acción de las Empresas

Las empresas en su accionar manejan diferentes dimensiones, cuya información requiere ser presentada de forma adecuada. Adicionalmente la presentación de los estados financieros tradicionales no cuantifica los efectos sobre los recursos ambientales y sociales (Carroll, 2010). Para el desarrollo de sus actividades, las empresas se manejan simultáneamente en los siguientes recursos:

- Recursos económicos: es el objetivo principal al que apuntan las empresas, pero a su vez con capacidad para influir en el desarrollo económico que origine el nacimiento de nuevas empresas en diferentes campos de aplicabilidad.
- Recursos sociales: vistos como un reflejo de las actividades empresariales en cualquiera de sus niveles, agrupa a todos los integrantes de una organización y las necesidades básicas que estos requieren para su desenvolvimiento.
- Recursos ambientales: compatibilidad que presentan las empresas y su entorno, en relación con el ecosistema. Se emplean análisis para determinar el impacto causado por los procesos productivos en el normal desarrollo de las personas, la calidad ambiental y la renovación de recursos que son usualmente utilizados.

Según la OCDE/CEPAL/CAF, en el año 2016, en la revista *Perspectivas de América Latina: Juventud, Competencias y emprendimiento*:

Las empresas juegan un papel importante en el futuro de la sociedad, la economía y el mercado laboral, así como en la distribución de la renta y la concepción de cohesión social. Estas, se encaminan a convertirse en organizaciones sustentables que permanezcan a lo largo del tiempo, y se adapten a cualquier situación cambiante del mercado, cuando buscan un

enfoque integral cuyos componentes sean: la Responsabilidad Económica, Ambiental y Social Empresarial (Carroll, 2010). Dichos componentes, por separado suponen un impacto positivo, pero al interrelacionarlos llegan a ser eficaces y eficientes en la búsqueda de los mejores resultados.

Al relacionar la Responsabilidad Económica y Ambiental, se logra un entorno más viable puesto que la empresa no sólo está maximizando beneficios sino también aplicando normas amigables con el medio ambiente. Una sociedad habitable es posible al vincular la Responsabilidad Ambiental y Social, pues esto permite tener las condiciones adecuadas para vivir con comodidad y justicia. Por último, al enlazar las Responsabilidades Económicas y Sociales se crea un entorno más equitativo, donde los recursos escasos son bien distribuidos, y la pobreza se puede disminuir (Carroll, 2010).

Paralelamente a los cambios ocasionados por la Responsabilidad Social, se está generando un cambio socioeconómico vital, el cual podría ser resumido en la terminación de la cultura recibida de la revolución industrial, cuya definición predominante de empresa era la maximización de beneficios, o minimización de costos. Este modelo de empresa, que busca sus intereses económicos como objetivo definitivo, está pasando por una transición hacia una nueva concepción de empresa y responsabilidad de la misma. En la Figura 3 se presenta los campos de acción de las empresas y sus objetivos, en función de la responsabilidad social (Carroll, 2010).

Aspectos	Objetivos
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Maximizar beneficios • Optimizar uso de los recursos productivos • Generar un mejor ambiente de trabajo a medida que se contribuye a la competitividad y sostenibilidad de la empresa
Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo sostenible y sustentable • Generar consciencia entre los ciudadanos • Respetar y regenerar el entorno ecológico en cada uno de los procesos de operación, comercialización y actividades que le competen
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar alguna causa comunitaria acorde a la actividad de la empresa como parte de su estrategia de negocios. • Promover el crecimiento humano y profesional de la población económicamente activa y de sus familias. • Manifestar sus compromisos con la sociedad y medir los resultados alcanzados.

Figura 3. Aspectos y objetivos de la responsabilidad social empresarial. Adaptado de: Centro mexicano para la filantropía – 2010, por: Carroll, 2010.

Objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial

La empresa, en cooperación con sus stakeholders, busca el bien común aplicando los objetivos planteados por la Responsabilidad Social Empresarial. Entre los principales objetivos que se plantea la Responsabilidad Social Empresarial, se encuentran:

- Transformación de la responsabilidad social en un componente competitivo reconocido a nivel mundial.
- Proporcionar a la empresa un conocimiento bien fundamentado acerca de su rol dentro de la sociedad, aportando de manera económica, social y medioambiental.
- Concientizar en que la conducción socialmente responsable de una empresa, permite prever los posibles resultados y elegir mejores alternativas de negocios.

- Innovar y renovar estrategias de planeación, determinando procesos operativos, para de esta manera facilitar información de los resultados obtenidos, teniendo en consideración la dimensión triple en la cual se enfoca la responsabilidad social dentro de la función de la organización, satisfaciendo las necesidades de los stakeholders.
- Considerar las necesidades del entorno social del negocio en la toma de decisiones y en la definición de las estrategias de la empresa, así como colaborar en su solución.
- Habitar acorde a esquemas de liderazgo inclusivos, de servicio y mutuo respeto de la dignidad humana, ejecutados con respecto a un código de ética.
- Cooperar en alianzas intersectoriales que, en conjunto con las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno, le permitan contribuir al bien común y considerar las necesidades sociales de mayor importancia.
- Motivar a stakeholders para que sean parte de programas empresariales de inversión y desarrollo social.

Dichos objetivos son aplicados por la empresa con el interés principal de mantener las relaciones con los stakeholders, y abarcan tres aspectos importantes: económico, ambiental y social (Herrera, 2011).

Siguiendo con la línea de teorías, Carroll (2010) propuso un modelo conceptual actualizado, apegada a la definición de RSC, compuesta de cuatro partes. La idea principal consistía en la necesidad de cuatro elementos esenciales que guíen la actuación socialmente responsable, los cuales son:

- a) Una definición básica de RSC
- b) Una enumeración de las cuestiones o razones por las que la responsabilidad social tiene que existir.
- c) Una especificación de la filosofía o tipo de responsabilidad a asumir por la empresa para cada situación.
- d) Un aspecto social el cual se va a generar la ayuda social.

Habiendo enfatizado en varios temas coyunturales que se alinean a la cronología de evolución, con sus causas efectos y repercusiones, en épocas pasadas, actuales y proyectadas al futuro, se puede decir que el primer paso para superar los problemas es, ampliar la mentalidad, pensar en un bien común por encima de lo individual. Entender que si bien es cierto, las organizaciones y demás entes públicos o privados tienen obligaciones legales y morales para con la sociedad, cada una de las personas que forman parte de ella, cumplen un rol primordial que engloba el tema de responsabilidad social. No se trata de esperar que los efectos negativos alcancen niveles alarmantes, para asumir un plan de contingencia que mejore la situación, en consideración a que todos los integrantes de la sociedad deben aportar en beneficio de su protección.

Alcance de la Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social representa una iniciativa propia de la Empresa, más no una normativa o imposición por parte del gobierno. Las herramientas implementadas por la Responsabilidad Social no solo representan un cambio positivo para la sociedad sino también dentro del ambiente de la empresa, puesto que un empresario socialmente responsable debe velar por el bienestar de sus empleados, brindándoles el trato justo de acuerdo a las leyes.

Entre los principales alcances de la Responsabilidad Social, se encuentran las políticas medioambientales mencionadas por Navarrete (2015), lo que supone un compromiso de la empresa que engloba varias actividades:

- Gestión de residuos
- Energía renovable
- Optimización de recursos
- Campañas a favor del medio ambiente

También los administradores forman parte de los alcances de la responsabilidad social ya que deben:

- Anticiparse a nuevas normativas

- Integrarse al desarrollo económico social
- Participar activamente en la creación de nuevas regulaciones y normativas.

Por último, pero no menos importante, otro alcance de la responsabilidad social es hacia los clientes, quienes son la razón de ser de la empresa. Gracias a la RSE, se ha permitido:

- Mejorar el diálogo y habilidades de comunicación con los clientes
- Monitoreo contante de la satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de los productos.

Aspecto	Alcance
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de riqueza y puestos de trabajo. • Inversión en causas sociales
Organizativo	<ul style="list-style-type: none"> • Códigos de conducta que establezcan claramente la misión, visión y valores que deben ser seguidas por todos quienes conformen la empresa. • Elaboración de reportes con período semestral para llevar un control de los cambios que hace la empresa en beneficio de la sociedad. • Incluir a los trabajadores en distintas actividades dentro de la empresa, gestión, toma de decisiones.
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en Investigación y Desarrollo • Cumplimiento de estándares de Derechos Humanos.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de normativas legales • Contribución a la sociedad considerando a minorías y grupos vulnerables.
Ético	<ul style="list-style-type: none"> • Control constante de la relación con los stakeholders.
Sistemático	–

Figura 4. Aspectos relevantes sobre los alcances que puede tener la responsabilidad social. Adaptado de. Propuesta de la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su Registro en el Sistema Contable de la empresa CADITEX, por: Cedillo, 2014.

Impacto de la Responsabilidad Social

Según Vives (2011), en un estudio llamado, la responsabilidad social de la empresa en América Latina, la RSE no representa un accionar altruista, lo que se quiere no es que las empresas se transformen en fundaciones de

ayuda social, ya que su principal deber es hacer negocios y ser rentables. Esto compromete a las empresas a que adopten un rol activo y responsable en torno al impacto de sus actividades. Dentro del contexto global, considerando las dimensiones de desarrollo, el actuar de las empresas está fundamentado en un compromiso de mantener un proceso lógico en las acciones que realicen tanto interna como externamente, proporcionando a la vez claridad y certidumbre en sus relaciones.

Estas relaciones van dirigidas hacia las sociedades, ya que a estas se las denominaron grupo de impacto, porque son estas las que reciben de manera directa o indirecta los daños o beneficios de la aplicación de la responsabilidad social, donde dicho impacto puede ser interno, o externo y de tipo ambiental, económico o social.

Impacto interno:

Este impacto está dado por la salida de dinero hacia las causas sociales e impacta a los directivos, empleados y accionistas, teniendo así un impacto directo frente a la salida monetaria de la compañía.

- Directivos
- Empleados
- Accionistas

Impacto externo:

Este impacta indirectamente a los proveedores ya que la compañía buscara que estos se sumen a la causa, pero de forma sencilla, en cambio los clientes son los que contribuyen con sus donaciones y con las mismas compras que realizan a las empresas para el recaudo social, y por último la comunidad recibe todos estos beneficios.

- Proveedores
- Clientes
- Comunidad

Toda Responsabilidad Social aplicada tiene por objetivo que todos los involucrados colaboren con la aplicación de la misma, teniendo como fundamento que es un círculo donde todos participan. Cada emprendimiento

en el sector elegido tiene como objetivo beneficiar a todos los integrantes de la sociedad.

Dimensión	Impacto
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de inversiones en programas ambientales. • Implementación de estrategias ambientales. • Eficiente manejo del agua y otros recursos no renovables. • Análisis de especies de flora y fauna en peligro de extinción. • Proyectos verdes puestos en marcha. • Disminución de incidentes ambientales, mejor gestión de residuos y desechos químicos. • Concientizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente
Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del reciclaje • Aumento de la utilidad neta • Crecimiento en rendimiento de las acciones • Mayor aporte al PIB • Incremento en la producción
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de fuentes de empleo • Mayores oportunidades de cambio para futuras generaciones • Mejora en el clima laboral • Fortalecimiento en sistemas de recompensas para los trabajadores • Mayor inversión social • Mayor satisfacción del cliente

Figura 5. Impactos que pueden llegar a tener la aplicación de la Responsabilidad Social. Adaptado de: *Revista Academia y Virtualidad, Responsabilidad Social Empresarial en Organizaciones*, por Vives, 2011.

Ventajas y Resultados de la Implementación de la Responsabilidad Social

La principal ventaja de la Responsabilidad Social es la generación de beneficios para la empresa, puesto que una empresa que no maximiza beneficios está destinada a fracasar en el largo plazo. Una estrategia

empresarial que incorpore la Responsabilidad Social puede convertir a la empresa en líder del mercado en distintos aspectos, entre ellos: ambientales, sostenibilidad y mejora del entorno; reduciendo el peligro de ser sancionadas (Dale & Onyx, 2010).

En la actualidad, la Responsabilidad Social es fundamental para las empresas puesto que representa un planteamiento adecuado de la gestión al momento histórico y económico. Representa también, un reto de innovación para las empresas en una economía globalizada, que le sirve a mercados más grandes de ciudadanos que cuentan con información y que exigen más en un ambiente financiero y ecológico audaz (Acedo, 2000).

Tras el alcance de los objetivos planteados las empresas tendrán los siguientes resultados:

- Consolidación de las mejoras en los procesos internos de la empresa en los niveles de los aspectos económicos, sociales y ambientales relacionándolos con los grupos de interés.
- Incorporación de herramientas estratégicas que potencien las ventajas competitivas de la empresa en lo referente a la mejora de imagen, al aumento de la calidad, la fidelización de los clientes y a la atracción de capital humano y de recursos humanos.
- Desarrollo económico a la empresa, incrementando la productividad, generando suficientes beneficios, mediante la motivación a los empleados, con la atracción las mejoras del ambiente de trabajo y capacitación profesional.
- Imagen de marca y reputación, buscando el desarrollo sustentable de la empresa, manteniendo un equilibrio equitativo en el crecimiento económico y social.

Según Echevarría (1982), la Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en una herramienta de ventaja competitiva, que una vez aplicada en la empresa, generará más ganancias y a la vez retribuir a la sociedad, convirtiéndose en un apoyo sobre los temas sociales minimizando el impacto

negativo de ciertas actividades. Si se consideran estos desembolsos como gastos del periodo en que se ejecutan no se tiene una visión adecuada de los beneficios implícitos de estas actividades que implica una inversión a mediano y largo plazo, ya que se mantiene como una visión global del negocio, que se va complementando para el desarrollo sostenible de la sociedad.

Como todos los eventos de naturaleza económica, en los Estados Financieros se exponen los resultados de dichas actividades, entre otros, los siguientes:

- Costos de mercadería
- Costos laborales
- Costos de espacio físico donde se realice la actividad de Responsabilidad Social Empresarial
- Costos de capacitación del Personal
- Costos de implementación y/o mantenimiento de sistemas de gestión ambiental.

Al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial, se tiene como respuesta de la sociedad, los posibles ingresos que se podrían generar:

- Incremento de ventas (fidelización de clientes)
- Mejores precios,
- Menores gastos por tener el Programa de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Mayor acceso a la financiación.

Tomándose desde este nuevo enfoque del desarrollo de la empresa, la contabilidad tiene la necesidad de medir los valores, que tendrá el impacto dentro del negocio en el entorno, obteniendo como resultado la medición y valuación de la rentabilidad y misión financiera de dicha empresa. Este enfoque tendrá como finalidad encontrar el punto de equilibrio, entre los stakeholders y los intereses de la empresa (Echevarría, 1982).

En las figuras 6, 7 y 8 se menciona lo dicho anteriormente de manera resumida.

Ahorro de costos	de	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costos de gestión, gracias a las herramientas de la RSE.
Acceso a financiación	a	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas direccionadas a través de estrategias de RSE poseen un mayor acceso a fondos públicos y privados.
Reputación		<ul style="list-style-type: none"> Las empresas que implementan herramientas de RSE tienen una reputación más sólida.
Reducción de costos	de	<ul style="list-style-type: none"> El progreso en las condiciones laborales minimiza los costos de rotación laboral.
Fortalecimiento de relaciones con los grupos de interés		<ul style="list-style-type: none"> Permite promover un desarrollo sostenible y reconocer de manera coordinada las necesidades primordiales.
Creación de valor	de	<ul style="list-style-type: none"> El cliente no solo recibe un producto o servicio, sino que este va a asociado con una imagen que diferencia a la empresa de la competencia
Recursos laborales más seguros	más	<ul style="list-style-type: none"> Minimización de la rotación de empleados ya que se sienten cómodos dentro de la empresa.
Lealtad de clientes	de	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la calidad de los productos, lo que lleva a que los clientes se comprometan con la marca.

Figura 6. Resultados que puede obtener la responsabilidad social empresarial. Adaptado de. Documento “Responsabilidad Social Empresarial y resultados económicos- financieros”, por: Echevarría, 1982.

Entre otras ventajas que se dan gracias a la mejora del entorno, se tienen las siguientes:

Expansión de mercados	de	<ul style="list-style-type: none"> Potenciación de economías locales, generación de nuevos mercados que mejorará el nivel de vida de las personas.
Avance en el capital humano		<ul style="list-style-type: none"> El compromiso de las empresas en actividades sociales como de educación y salud, beneficia la productividad empresarial, aumenta el capital humano y asegura un entorno más rentable.
Potenciar la creatividad local	la	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar actividades económicas e iniciativas, para así potenciar el bienestar social y desarrollo sostenible.

Figura 7. Ventajas que pueden llegar a tener la aplicación de la responsabilidad social empresarial. Adaptado de. *Documento “Responsabilidad Social Empresarial y resultados económicos- financieros”*, por: Echevarría, 1982.

Una vez alcanzados los objetivos definidos anteriormente, la empresa obtendrá los siguientes resultados, entre varias ventajas implícitas en la Responsabilidad Social Empresarial, vistas como una estrategia con la que todos ganan (empresa, ciudadanos, medio ambiente), es decir, se busca el bienestar común.

Desarrollo económico de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementando la productividad, creando beneficios, mediante la motivación de los colaboradores dentro de la misma. • Incremento de las ventas, posicionamiento y diferenciación en la marca. • Acceso a nuevos segmentos de mercado lo que favorece al departamento de marketing de la empresa.
Imagen de marca y reputación	<ul style="list-style-type: none"> • En busca del desarrollo sustentable de la empresa.
Disminución de problemas sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleo, desnutrición, delincuencia. Gracias a la implementación de programas sociales.
Atracción de potenciales inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> • La responsabilidad social mejora la imagen de la empresa y esto hace que más inversionistas estén interesados.
Ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa genera valor a través de la implementación de herramientas de RSE, lo que es difícil de copiar por la competencia. • Genera también un aumento de la productividad, la eficiencia y la calidad, lo cual se traduce en consumidores satisfechos.
Mejores políticas de RRHH:	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la motivación y la integración de empleados de calidad, reduciendo el absentismo y mejorando en general el clima laboral.

Figura 8. Otros resultados que pueden llegar a tener la responsabilidad social empresarial. Adaptado de. *La Responsabilidad Social Empresarial*, por: Echevarría, 1982.

Todas estas ventajas y resultados de la implementación de la Responsabilidad Social se verán reflejados en los reportes contables de la

empresa; sin embargo, la implementación de la Responsabilidad Social supone algunos costos debido al apoyo de temas sociales, inversión en investigación y desarrollo, y mejoras para los empleados; razón por la cual, todavía algunas empresas se muestran reacias a su implementación. Así, tanto empresas medianas como de gran tamaño todavía se rehúsan a aplicar las herramientas de Responsabilidad Social, y enfocan sus objetivos en crear valor y generar beneficios económicos, olvidándose de aspectos ambientales, sociales y éticos.

Indiscutiblemente, la Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un elemento de valor, una herramienta diferenciadora, una oportunidad de competitividad, sin confundirla con beneficencia. Su empleo no representa un mayor costo para poder ser utilizado, al contrario, supone una inversión de retorno a mediano y largo plazo, reportando rentabilidad, debido al aumento en la productividad y mayores beneficios económicos, ya que por medio de las herramientas que ha estos se les proporcione se podrá generar más beneficios a la compañía, los cuales sirvan como medio de crecimiento a la empresa (Cedillo, 2014).

Al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial, se obtienen resultados sociales como los posibles ingresos que podrían ser generados: La Responsabilidad Social y la Rentabilidad de la Empresa.

Maximización de la utilidad:	<ul style="list-style-type: none"> • Mejores precios, minimización de costos gracias a la Responsabilidad Social Empresarial. Mayor apoyo de organizaciones gubernamentales.
Medición y valuación de la rentabilidad y misión financiera	<ul style="list-style-type: none"> • En este escenario la contabilidad tiene un papel fundamental ya que es la encargada de medir valores, realizar pronósticos para saber cuál será el impacto en un futuro dentro del negocio.
Llegar a un acuerdo entre stakeholders y los intereses de la empresa,	<ul style="list-style-type: none"> • para una mejor toma de decisiones y mayor beneficio en el actuar socialmente responsable, generando valor añadido a su actividad.

Figura 9. Resultados de la aplicación de la responsabilidad social. Adaptado de. Propuesta de la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su Registro en el Sistema Contable de la empresa CADITEX, por: Cedillo, 2014.

Todos los beneficios para la empresa se reflejan también en la satisfacción de los trabajadores, ya que una empresa que mantiene felices a sus trabajadores, es una empresa que prospera y demuestra el interés por la sociedad (Cedillo, 2014).

Beneficios de la Responsabilidad Social

El beneficio de la responsabilidad social va direccionado a dos agentes, la empresa que implementa la RS y la comunidad del entorno.

Los beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa son difíciles de cuantificar de manera general, ya que están condicionados al tipo de organización y de la eficacia con la que se desarrolle el plan de RSC en cada empresa. Por ello, independientemente del dato en cuestión, es innegable, que los beneficios de la responsabilidad social corporativa son muchos y para muchos. Puesto que son beneficios no sólo para las empresas, sino también para los trabajadores y la sociedad (Mugarra, 2001).

Según Herrera, Soto, Cáceres, y Quezada (2017), los beneficios variarán de acuerdo al tipo de empresa y a la administración efectiva que se dé en esta. Como se indicaba con anterioridad, los beneficios no solo van dirigidos a las empresas implementadoras, sino también al talento humano y a la comunidad en general. Es importante recalcar que una correcta gestión de responsabilidad social conlleva profundizar en la naturaleza social-participativa, teniendo presente los siete principios del cooperativismo en un sentido amplio y con relación a las siete directrices de la responsabilidad social:

- a) adoptar valores y prácticas transparentes;
- b) valorar al personal de la empresa;
- c) aportar más al medio ambiente;
- c) apoyar a proveedores;
- d) proteger e involucrar a usuarios/asociados;
- e) promover a su comunidad;
- f) comprometerse con el bien común.

Los beneficios otorgados a las empresas que practican la RS son los siguientes:

Mayor capacidad para realizar contrataciones y mantener al talento humano: prácticas con responsabilidad social generan confianza en el personal ya que gestionan las relaciones laborales de manera efectiva.

Mayor fidelidad de los clientes: las acciones que realizan los planes de RS motivan al consumidor a mantener la lealtad en la empresa; puesto que sienten confianza en sus prácticas.

Dar valor a la imagen y marca de la corporación: las implementaciones de estas prácticas sugieren a los clientes que la empresa se preocupa por la sociedad en general; esto genera mayor valor a la imagen y a la marca, permitiéndole ser más competitiva en el mercado.

La sostenibilidad de la empresa en un largo plazo: la RS otorga credibilidad a la empresa y atrae a inversionistas; por esta razón es necesario fomentar estas prácticas de manera continua y en un largo plazo.

Los beneficios que la RS otorga a la comunidad son:

- Mejora el entorno en que se desarrolla la comunidad
- Conservación del medio ambiente
- Motiva y aumenta el bienestar de la comunidad gracias al desarrollo de proyectos de mejoras
- Aporta al desarrollo sostenible, mediante el respeto y cuidado de los elementos del medio ambiente

En general, se indica que los benéficos que engloba a la responsabilidad social son: la satisfacción que se genera al cliente y al personal, la influencia de la empresa en el mercado, diferenciación de la marca e imagen, atracción de potenciales inversionistas y minimización de costos (Herrera, 2017).

Acciones de Responsabilidad Social

Según Guevara & Ramos (2017), las empresas que gestionan adecuadamente la RSC desarrollan entre otras las siguientes acciones:

- Cuidado del medio ambiente:
 - Tecnología limpia
 - Reciclaje
 - Bienestar del Recurso Humano

Además de cumplir con las reglamentaciones legales en cuanto a las leyes ambientales lo estipulen, donde las empresas socialmente responsables emprenden acciones de:

- Becas a los hijos de los empleados
- Eventos de integración social, cultural, familiar, deportiva
- En el ámbito social:
 - No utilizan publicidad engañosa
 - No gestionan sobornos
 - Calidad en los productos
 - Origen lícito de materias primas
 - Origen lícito de la mano de obra (no uso de mano de obra infantil)
 - Utilizan recursos

La Responsabilidad Social y la ISO 26000-2010

Según la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) se la define a “las normas establecidas por la misma para estandarizar los procesos de producción y control en empresas y organizaciones internacionales” (Carroll, 2010, p. 12). Funcionan como indicadores estandarizados de los procesos de producción y administrativos de las empresas en un ámbito internacional. Estas normas se crearon con el fin de optimizar los recursos y hacer más efectiva y productiva la empresa.

La aplicación de estas normas tiene ventajas para las empresas; tales como:

- Incremento de la productividad
- Disminución de los rechazos en la producción
- Progreso continuo
- Mayor compromiso con las necesidades de los clientes
- Mejora los accesos a los mercados internacionales

Por este motivo la ISO es considerada un pilar de suma importancia en la Responsabilidad Social de los países que se encuentran en desarrollo productivo y económico. Las normas ISO aportan con soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluyendo agricultura, construcción, ingeniería mecánica, manufactura, distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnologías de información y comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios (ISO 26000, 2010); está basada en prácticas de alta gestión para mejorar los planes de responsabilidad social implementados internacionalmente.

La ISO 26000 define siete materias fundamentales de la Responsabilidad Social



Figura 10. Materias fundamentales de la RS, basadas en las normas ISO 26000. Adaptado de. *Sistemas de Gestión de Calidad - Requisitos*, por: International Standard Organization, 2010.

La sostenibilidad de las empresas es la preocupación principal de los administradores y gerentes; por lo que deben brindar un producto o prestar un servicio que satisfaga las necesidades del cliente, no perjudique al medio ambiente y actúe de forma responsable socialmente. El desafío que se enfrentan las empresas es crear programas de RS que sean efectivos para todos los agentes involucrados. Aquí radica la importancia de la ISO 26000; pues su contenido comprende a la responsabilidad social y a las operaciones que deben realizar las organizaciones para ser socialmente responsables.

La guía ISO 26000 ayudará a las organizaciones de todo tipo a actuar de manera responsable; puesto que proporciona:

- Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social
- Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social
- Principios y prácticas relativas a la responsabilidad social

- Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social
- Integración, implementación y promoción de un comportamiento social
- Responsable a través de toda la organización y a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia
- Identificación y compromiso con las partes interesadas
- Comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionada con la responsabilidad social (ISO 26000, 2010)

El marco conceptual aportado por la ISO 26000 ayudará a las empresas a plantear programas y efectivos que les permitan cumplir con todas las normativas de RS y generar crecimiento económico.

La necesidad de crear una ISO relacionada a la RS surgió en el 2001 por la ISO/Comisión de política de los consumidores. En el 2004 se dio una reunión para conocer opiniones sobre el lanzamiento de esta guía. Al ver a los asistentes a la reunión interesados en estas normas, se procedió a publicarse a finales de ese mismo año.

Los beneficios de implementar la ISO 26000 son:

- Mejorar considerablemente la reputación o imagen de la empresa al comunicar a la sociedad su compromiso con el medio ambiente y los principios de RS.
- Incrementar la ventaja competitiva de la empresa, puesto que se diferencia de las otras empresas por el compromiso social que se tiene con la comunidad.

Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador

La empresa ecuatoriana está convirtiendo su ayuda en una labor más allá de la beneficencia, de esta transformación surge la responsabilidad social empresarial, la cual engloba todo tipo de principios y acciones que realiza la compañía para que sus acciones repercutan en el futuro.

En Ecuador se ha desarrollado un consorcio encargado de las acciones de responsabilidad social de diversas empresas llamado Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres), el cual fue creado con la

ayuda de empresas ecuatorianas y una extranjera que es Synergos Institute de Estados Unidos.

La labor de este consorcio la ha llevado a realizar estudios sobre responsabilidad social en distintos ámbitos de la empresa, la cual le ha llevado a conclusión que 8 de cada 10 personas no saben lo que es la responsabilidad social corporativa y las que dicen conocerlas la asocian con acciones encaminadas al cuidado del medio ambiente o a la comunidad donde se desarrolla la empresa (Moya, 2010).

No muchas empresas que laboran en el Ecuador realizan este tipo de labor en beneficio de los demás, razón por la cual una organización británica Accountability ubica al Ecuador en el puesto 79 de 108 países en las cuales las empresas utilizan la RSC.

Según esta ONG Ecuador está en este puesto porque su población asocia la RSC como una acción paternalista solo disponible para gente adinerada y hecha por las empresas como una estrategia de marketing, es decir las personas en general no confían en las acciones hechas por la empresa en pro de la comunidad.

A pesar de estas razones muchas empresas ecuatorianas confían en esta actividad por eso la están adoptando como un medio más para alcanzar el éxito mediático que necesitan lograr sus metas (Moya, 2010).

La Constitución como Base Legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador

La constitución ecuatoriana ha adoptado la responsabilidad social con diversos artículos y títulos como lo que se encuentra en las secciones de Derecho, Régimen de desarrollo y el Régimen de buen vivir, estos tres fragmentos de la constitución del 2008 se unifican para desarrollar las pautas que debe cumplir la RS.

El régimen del buen vivir o también llamado Sumac kawsay tiene esta relación en su artículo 340 y 394, los cuales explican la relación de la educación en general con la ayuda de la responsabilidad social.

Ciertos artículos contenidos en la ley de educación superior nos expresan las obligaciones de las instituciones educativas para encontrar la

verdad, promover la cultura, ciencia y tecnología, todo esto se combina para formar profesionales de excelencia para de acuerdo con sus necesidades identificarse con las condiciones de la sociedad y promulgar un plan de responsabilidad social desde su respectiva empresa.

Modelo de Contabilidad para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Según Rodríguez (2015) se ha podido determinar que la contabilidad es un sistema formado por un grupo de elementos que se relacionan entre sí, con el objetivo de realizar una gestión y procesar información referente a las actividades y transacciones realizadas por la empresa; con el fin de entregar informes y documentos útiles para poder tomar decisiones en el campo de las finanzas de la compañía.

Las decisiones tomadas en el ámbito financiero impactan a la empresa en su parte operativa y en el campo económico; por ende, esto genera un impacto en el entorno y en sociedad en general; por esta razón es importante que la contabilidad de la empresa sea desarrollada de tal forma que genere insumos que permitan la toma de decisiones efectivas en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial.

La introducción de variables de tipo cualitativo en la contabilidad permitirá presentación de manera más clara y concisa de aspectos en el ámbito social; lo que dará la posibilidad de cumplir con el objetivo primordial de la empresa, poseer conciencia social lo que generará sostenibilidad.

Por ende, ante esta situación, es primordial la incorporación de un modelo contable con políticas y herramientas cualitativas y cuantitativas que permitan incorporar estrategias que permitan desarrollar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Responsabilidad Social y Contabilidad Social

Según Rodríguez (2015) los progresivos problemas en el ámbito social y ambiental que aquejan al planeta han producido transformaciones importantes en todos los campos; tal el caso de las empresas que enfrentan la Responsabilidad Social.

Debido a estos cambios de enfoques, la RSE se ha concebido con otra definición y no solo es enfocada al cumplimiento de los compromisos fiscales y legales; sino que se redirecciona a la maximización de los beneficios enfocados en la satisfacción de las necesidades del entorno.

Hoy en día, la Responsabilidad Social Empresarial ya no se enfoca solamente en mejorar el bienestar y la calidad de vida del entorno que rodea la empresa, sino que se direcciona a la mejora de las ventajas competitivas en la empresa; pero poniendo en práctica herramientas socialmente responsables que estén encaminadas a las políticas de la organización.

Partiendo de la importancia que tiene las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial en la parte interna de la empresa, y la necesidad de poseer información de tipo cualitativa y cuantitativa, que es de gran relevancia el desarrollo de sistemas de información que permitan mostrar la realidad que vive la sociedad; es aquí donde aparece el término Contabilidad Social.

La Contabilidad Social es definida como una ciencia que se encarga de reconocer, valorar y realizar revelaciones de información referentes al nivel de responsabilidad social que poseen las empresas; este término se da a conocer en la década de los sesenta debido a la necesidad que poseían los usuarios de la información y las personas encargadas de la toma de decisiones en la empresa.

Por ende, las necesidades palpadas en las diferentes organizaciones han traspasado a la contabilidad y se ha incorporado a las funciones financieras y económicas, técnicas en el ámbito social que permita medir la correcta toma de decisiones de los hechos sociales en la RSE (Rodríguez, 2015).

Aproximación a un Modelo Contable que permita la Medición, Valoración y Control de la RSE

Según Rodríguez (2015) la finalidad que tiene la información contable es de contribuir a la realización de evaluaciones de los beneficios que se generan con la actividad comercial de un sector representativo. Una aproximación del modelo de sistema contable tiene el objetivo de medir la

gestión en el ámbito social de las empresas; para este sistema se establecieron objetivos, metas y otros elementos que permiten soportar el modelo planteado.

Los objetivos que poseen el modelo son:

- Separar la información de la gestión social de la realidad de las organizaciones y su entorno; para determinar representaciones coherentes de la realidad que está estudiando.
- Realizar propuestas que permitan garantizar que la información que es presentada haya sido obtenida de fuentes fidedignas y que sea coherente y clara.
- Realizar un control de aquella información referente a hechos de RSE; a través de la consolidación de información obtenida de los registros contables.

Los principios que se desarrollaran a través de la herramienta planteada son:

Ente Económico y Social

Se puede definir al ente económico como el conjunto de aquellos factores productivos que, junto a los recursos humanos disponibles, se encuentran orientados al desarrollo de procesos y procedimientos que permiten satisfacer las necesidades y exigencias de los stakeholders. Por ende, se conoce que el ente económico y social es la compañía; la cual pretende realizar el control y la redistribución de los recursos disponibles; por esta razón es indispensable el reconocimiento del impacto en el ámbito social que genera este ente en el entorno y en la sociedad que se desarrolla (Jiménez, 2004).

Continuidad

Uno de los objetivos fundamentales que posee la contabilidad, está el realizar un apoyo continuo de los gerentes y directivos dentro del proceso de planear, organizar y dirigir cada una de las operaciones de la empresa mediante la entrega de información relevante que permita la toma de decisiones efectivas. La contabilidad social es un canal informativo que

permite conocer acerca del impacto social de aquellos sucesos económicos y decisiones financieras tomadas en la empresa que reflejan consecuencias en la sociedad y el entorno que los rodea (García, 2012).

Para realizar una evaluación de la continuidad de los entes económicos y sociales es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Tendencias negativas: Aquellos sucesos tales como las pérdidas periódicas, los flujos de caja en negativo y otros aspectos con beneficios negativos.

Señales de probables dificultades en el ámbito financiero: Aquellos sucesos tales como el incumplir con las obligaciones, poseer problemas al acceder a un crédito o un financiamiento.

Situaciones en el entorno interno y externo: Aquellos sucesos tales como restringir las operaciones por problemas legales y jurídicos, sucesos fortuitos como desastres naturales, entre otros.

Unidad de Medida

Los estados financieros tienen el objetivo principal de explicar de una manera documentada cual es el patrimonio que posee la organización mediante el uso de una determinada unidad de medida que permita desarrollar análisis y comparaciones. Generalmente, la unidad de medida más usada para presentar los estados financieros es la moneda de cada país o en la que la empresa se encuentra desarrollando su actividad económica (García, 2012).

Período

Con el objetivo de realizar comparaciones de diferentes aspectos como: la situación financiera, los resultados obtenidos en un ejercicio contable, la capacidad que posea la empresa para generar efectivo y los cambios (variaciones) en el patrimonio; estos análisis se los realiza de un periodo a otro. Es importante definir el periodo contable debido a que los estatutos legales y tributarios exigen la presentación de los estados financieros de manera periódica(García, 2012).

Valuación o medición

Los diversos factores de producción y los recursos que posee la empresa para operar y relajar las diversas transacciones comerciales deben ser registradas en el sistema contable de la compañía y debe ser cualificadas a través de una unidad de medida; para de esta manera permitir el análisis y la toma de decisiones de manera fácil. Por ende, en el territorio en que se desarrolle la organización, se debe tener un criterio de medición de los diferentes aspectos(García, 2012).

Esencia sobre la forma

De acuerdo con los diversos casos que existen se discrepa con la realidad economía y social que posee la compañía, se dispone que aquellos hechos se deben reconocer y declarar de conformidad con la esencia o la realidad en el ámbito económico y social en que se haya desarrollado, más no en su forma legal (Raufflet, 2011).

Realización

En el sistema contable se pueden reconocer únicamente aquellas transacciones que hayan realizado efectivamente. Se determina que un hecho económico y social se ha realizado cuando es posible la comprobación que, como consecuencia de su realización, se producirán tanto en ente generador como en la sociedad en general, obligaciones y derechos; los cuales serán económicos y sociales. Estos hechos deben poderse cuantificar (Raufflet, 2011).

Asociación

Este principio se relaciona con aquella normativa que hace referencia a la obligatoriedad que tienen las empresas para incorporar los gastos y los costos que sean necesarios para generar los ingresos, con el objetivo de la determinación de los resultados de un ejercicio económico y contables. Siempre es importante mantener una relación de causalidad entre las transacciones comerciales de la empresa (Raufflet, 2011).

Mantenimiento del patrimonio

Este principio indica que una empresa va a obtener utilidad dentro de un periodo, después de que el patrimonio que fue aportado al inicio de la

constitución de la compañía sea recuperado o se mantenga. Este tipo de análisis y evaluaciones se la puede realizar en el patrimonio aportado o el operativo. Con respecto al ámbito social, una empresa tendrá utilidades o beneficios sociales en el caso que su patrimonio normal y social inicial se mantengan o tengan mejoras (García, 2012).

Revelación plena

El ente económico y social (empresa) debe realizar un informe completo y detallado de todas aquellas situaciones que sean relevantes en la compañía acerca de la situación financiera y social de la misma, variaciones en el capital, resultados económicos de cada periodo, aspectos sociales y de flujos de efectivo. Además de este tipo de información, es importante la incorporación de notas de la realización de los diferentes estados financieros (García, 2012).

Importancia relativa o materialidad

La aceptación o registro de los hechos económicos y sociales se los deben realizar de conformidad con la importancia relativa que posean. Se indica que un hecho es material cuando su reconocimiento o su omisión provocan alteraciones graves o consecuencias significativas en las decisiones que se tomen en el ámbito económico y social.

Cuando se elaboran los estados financieros de una empresa, se va a determinar la materialidad de acuerdo con el activo total y corriente, capital de trabajo, intelectual y social, patrimonio y aquellos recursos o talento humano, de acuerdo al caso (García, 2012).

Prudencia

En el caso que se presenten dificultades al realizar la medición de los hechos económicos y sociales de una manera confiable y concisa, es importante direccionarse por aquella alternativa que sea la menos probable de poseer errores o alteraciones significativas; es decir que pueda alterar los resultados o decisiones tomadas (García, 2012).

Características y prácticas de cada actividad

Según Rodríguez (2015), la contabilidad de una empresa debe diseñarse de tal manera que tome en cuenta todas aquellas restricciones y

limitaciones que se encuentra en las características y prácticas de las actividades; estas pueden ser la naturaleza operacional, la ubicación, desarrollo en el ámbito social, económico y en el tecnológico.

Proceso y procedimiento del modelo

Teniendo como base la contabilidad financiera que se ha venido desarrollando a lo largo de los años, se ha planteado un sistema contable que posee procedimientos que permitan la satisfacción total de las necesidades de la empresa, el cual cubre las necesidades financieras pero no las sociales; por ende es indispensable el desarrollo de un ciclo contable con procesos que respalden un correcto manejo y recolección de la información social que permita satisfacer todas las necesidades tanto financieras como sociales (Rodríguez, 2015).

El modelo plantea un ciclo contable social que se basa en procesos y procedimientos que permiten obtener resultados de la situación financiera de la empresa, flujos de efectivo, evaluación de gestión que permite tomar decisiones; pero lo más importante que aporta este modelo es la contribución en la valoración de los beneficios sociales que representa la actividad económica en la sociedad y en el entorno en el que se desarrolla la empresa (Vega & Rajovitzky, 2014).

Es importante no dejar de lado el término ética e independencia del contador público; puesto que de esto depende en su gran mayoría de la autenticidad y la confiabilidad de la información registrada y presentada en los documentos e informes de los Balances Sociales.

Con el fin de incorporar este término en el modelo, se plantea un proceso contable social; el cual permitirá la sostenibilidad y la generación de balances sociales.

Este proceso garantiza que los registros contables sociales permanezcan; pues el modelo planteado está basado en documentos soportes y comprobantes de registros que permitan tener un control de los procesos y garantizar la factibilidad de la información social registrada y presentada (Rodríguez, 2015).

Para realizar el efectivo manejo de la información entrante, el ente económico y social (empresa) deberá desarrollar y elaborar un sistema que permite procesar los datos e información que posea de acuerdo a las necesidades que tenga la organización.

Para finalizar, la información que se encuentra en los registros contables sociales se la utilizará para el desarrollo de los informes sociales que se presentaran a los entes de regulación interna; estos informes son conocidos como: Balance Social o Memoria de Sostenibilidad GRI (Vega & Rajovitzky, 2014).

El Balance Social propone ciertos indicadores para la información de tipo cuantitativa (monetaria y no monetaria) y cualitativa (información social). Para elaborar informes de la parte cuantitativa monetaria, los estados y la contabilidad financiera son una fuente importante que permita el correcto desarrollo del reporte.

Se conoce que la mayoría de los indicadores que se registran en el modelo planteado utilizan información obtenida de la contabilidad financiera tradicional; por lo tanto, los informes se basaran en la contabilidad tradicional (financiera) y la social (Rodríguez, 2015).

Variables e indicadores del Modelo

Según Vega y Rajovitzky (2014), los indicadores del modelo se los definen a continuación:

1. Indicadores de desempeño económico: Se destacan dentro de este el desempeño económico, presencia en el mercado e impacto económico indirecto que permite medir el grado en que las organizaciones afectan a las partes con las cuales interactúan en el ámbito interno y externo.
2. Indicadores de desempeño ambiental: Se destacan dentro de este los materiales, la energía, el agua, la biodiversidad, las emisiones, vertidos y residuos, productos y servicios, y transporte. Permite medir el grado de impacto que generan las organizaciones a los sistemas naturales (vivos y no vivos), incluyendo el ecosistema con sus elementos.
3. Indicadores de desempeño social: Se destacan dentro de este la subdivisión de indicadores de desempeño social.

4. Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo: Se destacan dentro de este el empleo, la relación empresa y trabajador, la salud y seguridad laboral, la formación y educación, y la diversificación e igualdad de oportunidades.
5. Indicadores del desempeño de derechos humanos: Se destacan dentro de este las prácticas de inversión y abastecimiento, la no discriminación, la libertad de asociación y convenios colectivos, la explotación infantil, los trabajos forzados, prácticas de seguridad y derechos de los indígenas.
6. Indicadores de desempeño de sociedad: Se destacan dentro de este la comunidad, corrupción, las políticas públicas y los comportamientos de competencia desleal.
7. Indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre los productos: Se destacan dentro de este la salud y seguridad del cliente, etiquetado de productos y servicios, comunicaciones de marketing, privacidad del cliente y el cumplimiento normativo. Este indicador se relaciona con el impacto que deja la empresa en el sistema social en el que se está desarrollando.

En conclusión, el modelo contable que se propone considera el desarrollo de documentación de comprobación de la contabilidad y el procesamiento de los datos e información contenida en los indicadores antes mencionados; los cuales son de tipo cualitativo y cuantitativo (Vega & Rajovitzky, 2014).

Balance Social

La evolución empresarial se encuentra vinculada en gran parte a la sociedad; este hecho ha transformado el sistema tradicional con el cual han venido interactuando estos dos entes. No es ninguna novedad que las empresas generalmente estén acostumbradas a tomar sus decisiones sin tener en cuenta el entorno en el que gira su actividad, lo que ha generado repercusiones negativas en más de una ocasión. Debido a esta forma de pensar, la contabilidad siempre había estado limitada a situaciones económico-financieras, relegando su participación en el ámbito social (Gallego, 2012).

Hoy en día, el desarrollo social corporativo es muy avanzado, llevando a que las empresas utilicen la contabilidad como un medio de información con capacidad para transmitir aspectos de responsabilidad social. El creciente interés de los empresarios por incluir la responsabilidad social en sus organizaciones, dado al evidente beneficio para la imagen corporativa, económico y ambiental, ha replanteado el papel de la contabilidad, la misma que ha empezado a desarrollarse basado en el hecho de que la contabilidad como tal es una disciplina social que ayuda a las empresas en su toma de decisiones, y siendo la RSE parte del patrimonio empresarial, debe quedar registrado en sus estados financieros como tal (Gallego, 2012).

La conexión empresa-sociedad incrementa cada vez más, datos concernientes a conceptos sociales de la empresa, es por ello la necesidad de que toda esa información quede ingresada en documentos contables que enfatizan la implicación social que tiene la misma. Para que esta información se considere íntegra y fiable, el sistema de información deberá proyectar una visión no parcial sino global de todo el entorno social que envuelve a la empresa (Rendueles, 2010).

Una de las maneras empleadas por las empresas para medir la efectividad de los resultados de la participación social, son los *balances sociales*, concepto que se origina en los años 60, por iniciativa de los empresarios que se vieron en la necesidad de un medio para dar a conocer su situación social, y lo que trajo consigo en aspectos como la generación de empleo, conservación del medio ambiente, mejoras en la relación con los clientes e inversionistas, entre otros. El balance social se desarrolló mayormente en países europeos como Alemania, España y Noruega. El balance social resume toda la información generada, para ser presentada en forma de indicadores, y representen una manera de conocer el nivel de ganancias o pérdidas que ha generado este proceso (Mugarra, 2001).

El Balance Social como Herramienta de Auditoría Organizacional

Según Gallego (2012) es importante para las organizaciones que se implementen estrategias cuyo principal objetivo sea dar competitividad y eficiencia a la empresa. Sin embargo, a pesar de que es vital realizar este tipo

de estrategias, las organizaciones no muestran el interés debido en la búsqueda de las mismas. La auditoría social es conocida como una estrategia que brinda la posibilidad de que las empresas puedan evaluar y controlar la gestión de lo social, es decir, las políticas que se relacionen con los colaboradores de la empresa y los clientes de la misma, con el objetivo de que exista una mejora continua.

La auditoría social es la técnica que tiene como principal objetivo revisar y llevar un control del cumplimiento de las metas de la empresa, ya sean estas establecidas interna o externamente, considerando la política social que asegura la imparcialidad en los procesos y la fidelidad de los datos que sean presentados cuando se realice el cierre del ejercicio contable.

El balance social es una herramienta de auditoría social vital en una empresa, debido a que permite que con la utilización de una metodología específica se pueda conocer cualitativa y cuantitativamente la gestión social de cualquier tipo de empresa. La aplicación de esta herramienta permitirá que la empresa tenga un mejor rendimiento, por lo que se incrementará la rentabilidad de la organización.

El balance social es un elemento de vital importancia para realizar una auditoría, debido a que se puede medir, cuantificar y realizar un control de la gestión social de una empresa en un tiempo determinado y frente a un presupuesto que haya sido definido previamente.

Existen otros elementos que no se relacionan con el entorno económico que influyen en el funcionamiento de las organizaciones como, por ejemplo: calidad y características de los colaboradores de la empresa. Este factor influye en ciertas ocasiones de manera significativa, debido a que cada persona que labora en una empresa afecta positiva o negativamente el lugar donde se desenvuelve.

Por lo tanto, se puede concluir que el rendimiento de una empresa no viene dado sólo por variables económicas, sino que también lo hace por otro tipo de variables, por lo que hay que realizar el análisis del desempeño de una empresa, considerando una visión amplia y general de la organización (Caldera, 2010).

El balance social es un medio eficiente y eficaz para evaluar y controlar el rendimiento de una empresa, con el principal objetivo de mejorar el desempeño de una organización desde el punto de vista social. Esta herramienta parte de la definición de responsabilidad social.

Es muy habitual encontrar que la concepción de una empresa es netamente instrumental, esto significa que se define como un fin en sí mismo y no como un medio que tiene como objetivo mejorar las condiciones de la organización, esto es incrementar la calidad de vida de los colaboradores, optimizar recursos, etc.

Para comprender los alcances del Balance Social como una herramienta de la auditoría organizacional, se analizan los siguientes fundamentos (Caldera, 2010).

Concepción sistémica de las organizaciones

Según Gallego (2012), esta teoría define que este es un conjunto de partes dependientes y que interactúan entre sí con una meta en común, que influye por el ambiente que lo rodea, al mismo tiempo está constituido por subsistemas que forman parte de los elementos más grandes conocidos como macro sistemas.

Las empresas como organismos vivos forman parte de un macro sistema que es la sociedad con la que interactúan de una influencia mutua, que puede ser positiva o negativa. En la realidad se puede observar este comportamiento en el poder de influencia que poseen algunas empresas en el entorno que se encuentran, siendo responsables del desarrollo o deterioro que causan en el macro sistema.

La interacción que se produce entre la organización y la sociedad tiene responsabilidades que son compartidas y que ocurren en el entorno social, con los proveedores, consumidores y en general con los sectores que permiten que las empresas se desarrollen. Para que la organización tenga un debido orden, se definen relaciones entre los colaboradores del macro sistema, por lo tanto, se establece una relación de interdependencia entre las variables.

La relación que se forma entre las partes del conjunto tiene como principales objetivos:

- Crecimiento.
- Rentabilidad.
- Mejorar calidad de vida.
- Incrementar la calidad en los bienes o servicios.
- Bajos costos.
- Equidad social.
- Desarrollo integral del hombre y la sociedad, etc.

La responsabilidad social interna y externa, según la información que ha sido planteada anteriormente, se puede definir como: la respuesta que las empresas deben dar a las expectativas que existen con los diferentes sectores con los que se debe interactuar para que su razón sea cumplida. Es necesario que la contribución sea definida según el tipo de empresa, sector en el que se encuentra y la actividad a la que se dedica (Caldera, 2010).

Concepto de Auditoría Social

Actualmente, cuando la gestión humana de las entidades ha evolucionado de una concepción funcional a una dimensión estratégica, esto quiere decir que el desempeño está netamente relacionado al plan estratégico del negocio con un marco definido e importante para el logro de los objetivos de la empresa.

La concepción de las organizaciones como un sistema, y el concepto de la auditoría social, forman un marco conceptual que tiene como objetivo dar explicación a los propósitos y al alcance del balance social, no solamente al desempeño de las empresas, sino al mejoramiento de la influencia que tienen las mismas sobre la sociedad (Mayurí, 2003).

¿Qué es el Balance Social?

Según Mugarra (2001) es básicamente la herramienta de la gestión empresarial que tiene como objetivo realizar una evaluación cuantitativa y cualitativa del cumplimiento de la responsabilidad social de la organización, considerando los activos y los pasivos internos y externos durante un período

determinado y frente a objetivos organizacionales que han sido previamente aprobados.

Cuando se habla de pasivos y activos sociales como posibles resultados en un balance social en su aplicación, se está hablando de la relevancia que hay en definir los bienes y recursos como las deudas, cuentas por pagar, y demás pasivos y activos que se traten.

El término de balance es expresado por que se pueden comparar dos resultados que se obtienen con los presupuestos que habían sido anteriormente establecidos, al término del período se podrá observar si la empresa en términos sociales tuvo un superávit o un déficit. Si se revisa la definición, se puede establecer que los resultados en el período son de gran relevancia para la realización y la planeación de la gestión de la empresa en materia social para el siguiente período (Echevarría, 1982).

Objetivos del Balance Social

Según Gallego (2012) existen tres objetivos esenciales para que se pueda realizar un balance social.

– Información

Permite que la información sea conocida por los sectores que guardan relación, y esto produce que se genere valor, reconocimiento, sentido de pertinencia, etc., pero especialmente permite que se dé a conocer la responsabilidad social que la empresa tiene con el entorno.

Es frecuente que las entidades realicen desarrollos de trabajos que tengan relevancia en proteger el medio ambiente tales como: ayudar a que las zonas adyacentes para que se desarrollen, desarrollo e innovación en tecnología propia, innovación y desarrollo de nuevos productos y demás estrategias que ayuden al crecimiento propio y del entorno, pero nadie conoce de estas obras porque no se realiza la debida propagación de la información a los colaboradores de la empresa.

– Planeación

El balance social es una herramienta muy útil que sirve para que la empresa realice un plan, que permita realizar la correcta gestión mediante la información que la metodología aporte. La actualización de los datos y su

análisis, permiten que se pueda elaborar una evaluación de cómo es la realidad social actual de la empresa.

Partiendo de esta evaluación, se aplican estrategias para que la empresa pueda crecer interna y externamente, teniendo en cuenta siempre el plan estratégico que haya sido realizado.

– Concertación

Se trata de un convenio entre las partes, que pueden ser el sindicato, proveedores, gobierno, comunidad y demás sectores que se interrelacionan con la empresa. La concertación puede utilizarse como una herramienta realmente útil para realizar negociaciones.

Requerimientos básicos para la implementación del Balance Social

Según Gallego (2012) existen tres requerimientos básicos para la implementación del balance social.

1. Existencia de una filosofía social

La compañía debe entregar valor social, lo que se ve reflejado en el establecimiento de su visión, valores o cualquier definición que otorgue compromiso a la organización con la gestión social de la misma y del entorno.

Este punto es indispensable, debido a que el balance social evalúa la gestión social como parte de las responsabilidades con las que cuenta la empresa y le otorga importancia a la evaluación de una gestión.

2. Compromiso de la dirección

Es de vital importancia conocer que la realización del balance social supone que existen cambios internos, reingeniería de personal y de funciones, etc., estos cambios son posibles de realizar siempre y cuando los gerentes o las personas de la alta dirección tienen el conocimiento y convencimiento de la importancia de realizarlos.

3. Compromiso corporativo

El balance social es un proyecto corporativo que se conoce como una herramienta que incluye a toda la empresa, no sólo en la realización de tareas, también en su establecimiento y cumplimiento de objetivos organizacionales, ya sean estos monetarios o no monetarios. En la ejecución de esta

herramienta los coordinadores se encargan de un área específica, de sus metas y resultados.

Metodología de elaboración del Balance Social

Según Gallego (2012) la metodología para realizar esta herramienta debe incluir los siguientes pasos:

1. Definición del área responsable

La realización del Balance social como compromiso corporativo, debe incluir a todas las partes de la empresa y debe ser orientado netamente por un área específica, que debe coordinar las actividades que se requieran para su ejecución.

2. Definición del plan de trabajo

Es necesario que se establezca si el período de tiempo sobre el que se realizará el análisis del diagnóstico inicial será sobre la información del año actual o del año anterior o incluso si se realizará sobre la proyección del período siguiente.

Cuando el tiempo sobre el que se realizará el diagnóstico haya sido definido, es necesario realizar un cronograma de actividades, como, por ejemplo: la elaboración del modelo que permita realizar un correcto análisis de las variables que se van a tratar en el proyecto.

3. Conformación del equipo

El principal objetivo del balance social es evaluar el desarrollo y el cumplimiento de las metas organizacionales de la empresa en su conjunto, por lo tanto, el análisis debe ser realizado a todos los departamentos de la organización. Algunos de los miembros a los que se realizará el análisis deben ser:

- Departamento de sistemas.
- Departamento contable.
- Departamento administrativo.
- Departamento de relaciones públicas, etc.

Considerando que deben ser áreas específicas que permitan que se evalúe el desarrollo social de la empresa.

4. Definición del modelo específico según la organización

Cada organización debe plantear un modelo que se acople y que sea el más adecuado dependiendo de su razón social, al sector que pertenezca, al tamaño del área geográfica donde se encuentra, y demás aspectos. Es necesario que se definan las variables y los indicadores que interprete la gestión que realice la empresa.

Pasos para Elaborar un Modelo Específico de Balance Social

Para elaborar un balance social, se requieren los siguientes pasos:

- Variables e indicadores del área interna

A esta área pertenecen las diferentes acciones que se hacen con el objetivo de beneficiar al personal de la empresa. Sin embargo, es necesario que sea realizado un diagnóstico y valuación de las características de los colaboradores con el objetivo de que se pueda realizar un correcto análisis de la información.

Las variables e indicadores internos se han clasificado de la siguiente manera:

- Características socio-laborales del personal

Son aquellas variables que permiten que se adquiera un mayor nivel de conocimiento de los colaboradores, como, por ejemplo: aspectos demográficos, rotación del personal, jornada laboral, también se consideran variables relacionadas a las prestaciones sociales y relaciones laborales, etc.

- Servicios sociales que la organización presta al personal

El objetivo principal, de esta variable interna es evaluar los servicios que ofrece la organización como un diagnóstico que permita realizar los ajustes necesarios para incrementar la eficiencia y eficacia de la empresa.

En esta variable, se consideran principalmente el área de salud como: medicina general, primeros auxilios, salud ocupacional, etc.

También se consideran principalmente elementos como la seguridad industrial, normas de seguridad e higiene, vivienda, alimentación y transporte y finalmente relacionadas con aspectos familiares como: asesorías jurídicas, en derecho de familia, etc.

- Integración y desarrollo del personal

Estos beneficios están estrechamente relacionados con beneficios de la empresa que traen como resultado el crecimiento y el desarrollo de las necesidades básicas anteriormente mencionadas. Estas variables e indicadores corresponden a las comunicaciones, estrategias de participación, capacitación, etc.

- Variables e indicadores del área externa

La proyección de las variables externas tiene otro alcance, pues con unos sectores es más directa y con otros más indirecta. El nivel de relación de la organización con los diferentes sectores ha permitido que las variables externas se clasifiquen de la siguiente forma:

- Relaciones primarias

Son las que la empresa realiza de manera directa. Frente a cada uno de estos sectores se realiza la definición de las variables de las que se realizará el estudio del cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa con ellos.

Los sectores con los que se utilizan análisis de variables externas son: jubilados, accionistas, canales de distribución, etc. hay que identificar las variables con las que se realizará el análisis para realizar una correcta evaluación de la gestión que la empresa realce para mejorar de forma continua.

- Relaciones con la comunidad

Uno de los sectores más importantes con los que interactúa la empresa es la comunidad, y esta se divide en: local, sociedad y de sector público.

La comunidad local es el entorno geográfico cercano, que recibe los beneficios o perjuicios de manera directa. La sociedad es el desarrollo de innovación en los productos que pueden dar como resultado la generación de nuevos empleos, ahorro de divisas, programas de desarrollo, etc. El sector público se encarga de realizar el análisis de variables como pago de aportes para fiscales, impuestos, participación en proyectos, etc.

- Relaciones con otras instituciones

En esta variable se realiza el análisis de las relaciones con los gremios, medios de comunicación, instituciones educacionales y asociaciones.

Contabilidad Social

La contabilidad social es la etapa en la que se recolecta información que está principalmente orientada a evaluar cuantitativamente la gestión de la información, que debe ser objetiva, actual, exhaustiva y real. Esto quiere decir, que debe reflejar la situación de la empresa al terminar un período de evaluación, es así como se podrán obtener conclusiones para resolver la realidad (Gallego, 2012).

Elaboración del Presupuesto Social

Según Gallego (2012) se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos para la elaboración de un presupuesto social.

- ¿Quién fija la meta?

Cuando ya las prioridades han sido establecidas, la persona que dirija el proyecto debe pedir a los colaboradores jefes de cada área que se definan objetivos o metas que sean alcanzables.

El conjunto de metas de la empresa debe ser revisada y aprobada por los altos directivos, dependiendo del plan estratégico que haya sido definido, en caso de no aprobarlo, deberá sugerir cambios que ayuden a la organización a mejorar su desempeño

- Balance Social

Se realiza el análisis de los datos recopilados, cuando el período de evaluación tenga la información necesaria para realizar la relación entre lo que fue presupuestado y lo que se hizo realmente, mediante una metodología, tal que se pueda establecer un superávit o déficit.

Cuadro de Balance Social

El cuadro de Balance Social está compuesto de la siguiente manera:

- Factores de ponderación

Son asignados como un factor que genera importancia para cada variable, para ello se puede utilizar una escala del 1 al 5 o del 1 al 10.

- Meta

Es el resultado que la empresa espera obtener después de que la gestión se realice en el período que fue fijado anteriormente.

- Valor obtenido

Es el valor real que se obtiene en la operación.

- Diferencia entre el porcentaje y la meta

Permite que se verifique la desviación ya sea favorable o desfavorable en comparación a lo que se esperaba obtener como resultados.

- Resultado obtenido

Es el resultado de la diferencia entre el porcentaje y la meta afectado por la ponderación, es decir, se afecta por el factor multiplicador que le aumentará o restará importancia, dependiendo del factor que haya sido asignado.

- Resultado posible

Es la expectativa de que la ponderación que fue asignada sea cumplida totalmente.

- Resultado final

Es la suma, en caso de que la desviación sea positiva, o resta, si la desviación es negativa del valor obtenido, con respecto al resultado posible.

Clasificación del Balance Social

Gallego (2012) identificó que según el enfoque y contenido que se vaya a procesar en un Balance Social, este puede ser:

Según destinatario:

- Balance social interno: brindan información específica y fácil de analizar, a los integrantes de una organización, principalmente directivos.
- Balance social externo: está dirigido a personas del entorno como la comunidad, el estado, medios de información, clientes, u otros relacionados.
- Balance social mixto: su información va dirigida tanto para destinatarios internos como externos.

- Los balances sociales interno, externos y mixtos se determinan con el análisis de los impactos que estos puedan tener.

Según utilidad o finalidad

- Instrumentos de relaciones públicas: tienen como objetivo mejorar la imagen de la empresa.
- Instrumentos de información empresarial: documento único con el que transmiten información a los distintos colectivos sociales con los que se relaciona la empresa.
- Instrumentos de gestión social integrada: junta las anteriores categorías, incluyendo la planificación y control.

Según quién lo elabora

- Balance social unilateral: una sola persona, por lo general directivo de la empresa, es quien tiene la responsabilidad de su elaboración.
- Balance social con participación parcial: su elaboración es compartida por varias personas.
- Balance social multilateral: en la elaboración donde participa un número indeterminado de personas o entidades.

Según la obligatoriedad legal

- Balance social obligatorio por ley: el gobierno establece la emisión obligatoria de balances sociales empresariales.
- Balance social voluntario: su emisión es opcional para la empresa.
- Según el sector al que pertenece el ente.
- Se los diferencia como balances sociales públicos y privados.
- Según la cantidad de unidades de medida empleadas:

Se los denomina unidimensionales o multidimensionales. Su medida hace referencia principalmente a dinero u horas trabajadas.

Según la objetividad de sus mediciones

Se los clasifica en cuantitativos o numéricos y cualitativos o demostrativos.

La contabilidad aplicada a lo social, nace por el surgimiento de nuevos usuarios interesados en revelar datos que los guíen en la toma de decisiones,

orientados al reconocimiento y relevancia de las acciones efectuadas en aspectos económicos como por hechos sociales financiados a su nombre.

En la actualidad, la sociedad ve con buenos ojos y valora la capacidad de las empresas, en la labor de contribuir al desarrollo social equitativo y mejorar la calidad de vida de su comunidad. Las organizaciones que se caracterizan por su responsabilidad social, no solo obtienen beneficios internos, sino que también son reconocidas a nivel mundial; este tema social va más allá de los valores y principios que toda persona debe profesar en beneficio de un mejor funcionamiento interno y externo (Luna & Ángel, 2001).

Asimismo, no está de más indicar que la existencia de una correlación entre los indicadores de responsabilidad social y compromiso real de las empresas por hacer cumplir, esta responsabilidad social, la cual, para evitar cambios posteriores de cualquier índole, deberá estar especificado en los reglamentos internos, será el camino para que tanto empresarios como la comunidad vean beneficios de esta relación y las empresas puedan suplir en algo los daños ocasionados a la sociedad.

Beneficios del Balance Social

Según Rendueles (2010), en el libro *Economía Popular y Solidaria: La realización periódica y sistemática del Balance Social*, según la Organización Internacional del trabajo, trae por consiguiente los siguientes beneficios:

- Muestra la contribución de la entidad o compañía de la organización y del control al desarrollo de la humanidad del país.
- Se construye un aporte fundamental para los negocios que se realicen de manera colectiva.
- Da como resultado información o datos detallados a los altos mandos o directivos, para que se realice una correcta toma de decisiones cuando se fijan Políticas y Estrategias sociales.
- Brinda la oportunidad de que se racionalicen de la mejor manera los recursos sociales con los que cuenta la entidad evaluando la eficacia de los anteriormente mencionados.

- Permite que se incremente el conocimiento de las características laborales y sociales del personal que labore en la compañía y la contribución de la entidad al Desarrollo Integral del Hombre.
- Es una herramienta muy útil que permite que se facilite la fijación de las políticas sociales.

Principales modelos del balance social que se usaron internacionalmente en los que se basó la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

Según Gallego (2012), existen varios esquemas para realizar un Modelo de Balance Social, como se muestran a continuación:

Modelo de Balance Social según la OIT (Organización internacional de Trabajo)

Este modelo se basa principalmente en la experiencia del país originario de Francia, siendo el mismo obligatorio. Es realmente publicitado por la Organización Internacional de Trabajo en una gran variedad de países. En América Latina el primero en poner en práctica este modelo, fue Colombia mediante un acuerdo entre la Organización Internacional del Trabajo y la Asociación Nacional de Industriales, y a este se le agregó la Cámara Junior.

El aporte o apoyo mayormente significativo para el modelo de balance social de la SEPS es el conocido como: cuadro de balance social, a través del que se intenta de manera exhausta de producir un equilibrio entre la necesidad de definir metas u objetivos como base fundamental de una herramienta de gestión que luego será conocido como el balance social definido en una empresa.

Modelo de Balance Social según el Global Compact de Naciones Unidas

Este modelo está compuesto por nueve segmentos en total, que a su vez se segmentan en tres nuevas categorías que son:

- Derechos Humanos
- Trabajo
- Medio ambiente

Que vienen por lo general como resultado de:

- Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU.
- Principios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.
- Principios de desarrollo y medioambiente que fueron definidos en Río en 1992.

Esta metodología por lo general incluye medidores o índices que califican de forma cualitativa, lo que representa la relevancia dentro del modelo propuesto.

Modelo de Balance Social según el Global Reporting Initiative

Tiene como objetivo principal la presentación y la comunicación de la responsabilidad social en una entidad en aspectos que estén estrechamente relacionados con lo económico, medioambiental y social de sus actividades, productos y servicios. El uso y combinación de indicadores de tipos cualitativos y cuantitativos, es uno de los principales aportes del modelo en cuestión, así como la vasta cantidad de indicadores que posee y pueden ser de utilidad; todo esto se realiza con el principal objetivo de que se realice una mejor medición de las variables.

Modelo de Balance Social según el Instituto ETHOS

Este modelo de balance social está principalmente basado o fundamentado en el desenvolvimiento de indicadores de responsabilidad social, pues se convierte en una herramienta sumamente relevante que permitirá a los miembros de la empresa, evaluar las acciones emprendidas con el principal objetivo de que se realice el desarrollo sustentable de una entidad; se fundamenta principalmente en un reporte detallado de los principios y de las actividades de la compañía, motivo por el cual, se ve la indiscutible necesidad de revisar los siguientes principios:

- Relevancia
- Veracidad
- Claridad
- Comparabilidad
- Regularidad
- Verificabilidad

El aporte de este método es un elemento de relevante importancia para el modelo de Balance Social de la SEPS que fue al inicio planteado, así como la realización de indicadores de profundidad (Ethos, 2007).

Modelo de Balance Social según la ACI de las Américas

Este método o modelo de balance social da como resultado o permite que se obtenga información de una entidad sobre sus acciones de tipo social y ambiental en los siguientes factores:

- Cultura
- Salud
- Seguridad
- Comunidad
- Empleo
- Medio ambiente

Todo este análisis se realiza de manera cualitativa y cuantitativa, permitiendo así la rendición de cuentas sobre las acciones que se realicen en un marco de Responsabilidad Social Corporativa. Este modelo o método de balance tiene como principal característica la suministración de todo lo que sea relativo a los principios generales o universales y generales de la cultura conocida como cooperativismo, esta suministración la realiza con respecto a aportes en términos de dimensiones o indicadores (Cooperativa de las Américas, 2016).

Modelo de Balance Social según la DGRV (Confederación alemana de Cooperativas).

Este modelo o método pertenece a la Confederación Alemana de Cooperativas, tiene cuatro principales niveles de aplicación:

- Compromiso
- Innovación
- Integración
- Transformación

El principal aporte que deja este método se realiza mediante la utilización o el uso de indicadores que fueron realizados, estructurados o diseñados para que

se realicen los reportes de responsabilidad social de las entidades (Cooperativa de las Américas, 2016).

Modelo de Balance Social de la Universidad de la Plata

El desarrollo de este modelo de La Plata tiene un muy relevante valor agregado, como, por ejemplo: la intencionalidad de no constituir un modelo que no sea sencillo y que sin embargo, sea de fácil utilización.

Modelo de balance social según la metodología de la LOEPS (Ley Orgánica de Economía popular y solidaria)

La LOEPS en la segunda disposición general, afirma que las entidades de la Economía Popular y Solidaria y del Sistema de Finanzas Populares y Solidarias agregarán en los reportes del Balance Social que garantizará que se cumplan los principios y sus objetivos sociales, tomando en cuenta la identidad, incidencia en desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural.

Según la información anteriormente planteada, el primer paso para la elaboración de este modelo de Balance Social es fundamentarse en: los ocho principios de la LOEPS, los diez principios del Buen Vivir y los siete principios que son establecidos por la ACI. Estos principios se presentan a continuación:

- **Ocho principios de la LOEPS:**

Búsqueda del Buen Vivir y del bien común; prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales; comercio justo, ético y responsable; equidad de género; respeto a la identidad cultural; autogestión; responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendimiento de cuentas; y finalmente: distribución equitativa y solidaria de excedentes.

- **Diez principios del Buen Vivir**

Unión en la diversidad; ser humano que tiene como principal objetivo vivir en sociedad; igualdad, integración y cohesión social; cumplimiento de los derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas; convivencia solidaria, fraterna y cooperativa; trabajo y un ocio que liberen; reconstrucción de los bienes públicos; democracia

representativa, participativa y deliberativa; estado democrático, pluralista y laico.

– **Siete principios establecidos por la ACI (Alianza Cooperativa Internacional)**

Membresía abierta y de forma voluntaria; control de forma democrática de los miembros de la empresa; participación de manera económica por parte de los miembros de la organización; autogestión e independencia; educación, formación e información; ayuda o apoyo entre cooperativas; compromiso con la comunidad.

Como resultado de la unión de los tres conjuntos de principios que fueron mencionados anteriormente, se obtienen siete macro dimensiones y 24 dimensiones que pronto se transformarán en un modelo de Balance Social, que será netamente característico de Ecuador.

Macro dimensión 1: La prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales.

- Praelación del trabajo sobre el capital.
- Praelación de los intereses colectivos sobre los individuales.
- Ocio liberador: Tiempo libre dedicado a actividades fuera del ámbito laboral.

Macrodimensión 2: Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad de la cultura.

- Accesibilidad asociativa y cooperativa.
- Retiro de asociados.
- Conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario.

Macrodimensión 3: Autogestión y autonomía.

- Acceso a cargos institucionales.
- Control democrático por los socios.
- Transparencia de la información.
- Acuerdos con otras entidades, que no sean EPS.
- Relación con el Estado.
- Estructura del Capital.

- Equilibrio real de poder entre socios.

Macrodimensión 4: Participación económica, solidaria y distribución de manera equitativa.

- Concentración de aportes sociales.
- Utilización de utilidades y excedentes.
- Valor agregado cooperativo.

Macrodimensión 5: Educación, capacitación y comunicación.

- Desarrollo de las capacidades de actores que se relacionen con la entidad.
- Promoción de la EPS.
- Investigación y desarrollo.

Macrodimensión 6: Cooperación e integración del Sector Económico, Popular y Solidario.

- Interoperación
- Integración sectorial

Macrodimensión 7: Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.

- Comercio justo
- Comunidad
- Medio Ambiente

Balance Social en la Contabilidad de las Empresas

Según Luna y Ángel (2001), las empresas utilizan varias herramientas para la toma de decisiones, siendo una de las más importantes e influyentes, la contabilidad; en estos tiempos actuales, los sistemas de información contribuyen con el aporte de conocimientos e información necesaria para cambios que deban darse a nivel interno y externo de la compañía, logrando una adaptación más rápida.

La influencia de la contabilidad se evidencia en los efectos económicos, puesto que, a través de ella, se puede evaluar, registrar y llevar un correcto control de todos los movimientos generados por la compañía, en un tiempo determinado, y con los respaldos correspondientes.

Con el pasar del tiempo, las empresas han notado la importancia de incluir responsabilidad social en sus gestiones, puesto que, además de mejorar su imagen y reputación frente a los clientes e inversionistas, crea un vínculo de reciprocidad con la sociedad. La contabilidad permite que toda acción realizada en favor de esta iniciativa quede reflejada en sus estados financieros, para de esta forma saber cuál ha sido la aportación, realizar un presupuesto para posteriores desembolsos e identificar si la empresa también ha obtenido beneficios gracias a ello.

El contexto contable se ha extendido en varias administraciones empresariales, la información financiera es muy apreciada por los gerentes y dueños, buscando cada día información relevante que alimente la base de datos que servirán para los análisis.

La inserción de la responsabilidad social, genero una visión diferente de hacer empresa; la finalidad ya no se basa solo en la rentabilidad del negocio, sino también en mejorar las condiciones del entorno con el que interactúa constantemente y del cual recibe recursos sin los que sería imposible seguir en funcionamiento.

Las empresas tienen la obligación de proporcionar información inherente a sus actividades, siendo el medio perfecto para hacerlo, la contabilidad, con ayuda de los sistemas de información, que dan el acceso a los usuarios en el momento que sea requerido.(Rodríguez, 2003).

El papel de la contabilidad en las empresas y la responsabilidad social, tiene muchas finalidades, siendo unas de las más importantes las siguientes:

- Permite llevar un control de los recursos utilizados
- Facilita el manejo de información
- Contribuye en la toma de decisiones acertadas
- Refleja la situación real de la compañía
- Es una guía para proyecciones y cálculos de futuros proyectos.

Marco Referencial

En esta sección se analizarán la manera en que se aplica la herramienta de Balance Social en otros países y contextos.

El Balance Social como una Herramienta Válida para Representar la Responsabilidad Social en las Empresas Chilenas

Según Gallardo (2015) Toda empresa desde su creación tiene el propósito fundamental de progresar y sobrevivir a lo largo del tiempo por lo tanto para cumplir este propósito se realizan diversas estrategias para asegurar su permanencia en el mercado, teniendo como una buena estrategia la que mezcla distintos conocimientos con tecnología vanguardista para poder acoplarse al medio en donde labora .

Una buena empresa usa un medio de gestión empresarial en donde mezcla distintos planes, programas e instrumentos de control para poder mantenerse actualizado con el medio, efectuándolo correctamente le permite alcanzar objetivos y conocer diversos comportamientos.

Los instrumentos de medición que usa una empresa, son los estados financieros, los cuales se recomienda que no solo se vean como datos cuantitativos dado que sesga la información por lo que se debe tener un análisis más integral de este instrumento, así mismo la empresa debe tener en cuando los agentes internos y externos en sus actividades, los cuales regularan el entorno de la empresa.

Por estos motivos se creó el Balance social para poder diagnosticar, evaluar y controlar todos los aspectos que tiene la empresa relacionados con la sociedad, esto permite no solo medir hechos históricos sino proveer una información aproximada del futuro basando en los comportamientos históricos, por esto también se conoce a este balance por tener la función de rendir cuentas de las acciones de la empresa en relación a su sociedad.

Viendo las funciones del balance social desde otro punto de vista se puede usar como un indicador para evaluar la calidad de la vida laboral en el trabajo según su satisfacción personal y las condiciones en donde desarrollan su actividad, también se lo usa para descubrir la satisfacción de la comunidad

en base a las decisiones que toma la empresa y repercuten en la sociedad en general (Gallardo, 2015).

Desarrollo

Se recopila información de expertos acerca del balance social relacionado a la responsabilidad social empresarial, para justificar su utilización como una herramienta para realizar aportes en la sociedad y expresar el interés de la empresa en el entorno en el que se desarrolla (Gallardo, 2015).

Responsabilidad social empresarial

Según Gallardo (2015) La empresa en la actualidad se enfoca en el cumplimiento de sus objetivos mas no en los factores relacionados en cualquier tipo con la empresa, por eso la responsabilidad social empresarial considera distintas acciones que la empresa debería cumplir para beneficiar a la sociedad y en especial a los grupos interesados, que son los que valoran este tipo de acciones.

Las acciones no deben ser aisladas o eventuales, porque si no se consideraría estas acciones como un acto de filantropía, para cumplir con la premisa de la responsabilidad social las acciones deben ser continuas y establecidas previamente en sus políticas internas, sin obviar que estas acciones deben ir evolucionadas o ligadas a las necesidades que enfrenta la sociedad a través del tiempo (Gallardo, 2015).

Lo óptimo que debe cumplir la empresa para tener un buen desarrollo de la responsabilidad social es aplicar alguna normativa para la participación de todos los entes involucrados, siendo inclusivos y promoviendo el dialogo participativo.

Los beneficios de utilizar la RSE como parte del día a día de la empresa son muy fructíferos y se los puede medir de muchas formas, la Fundación Acción RSE, ha realizado un estudio sobre los beneficios que puede obtener una empresa con esa cualidad, los cuales son:

1. Mejorar el comportamiento financiero: cuando se ha interiorizado el concepto de responsabilidad social por todos los miembros de la

organización se tiende a ser más responsable con cualquier tipo de compromiso y de preocuparse con cumplir cualquier deuda financiera (Gallardo, 2015).

2. Compromiso de los colaboradores: El compromiso de los trabajadores con la empresa aumenta, porque los compromisos que la empresa tiene con la sociedad benefician en especial a sus colaboradores directos, creando una fuerte unión entre estos y las obligaciones de la compañía.
3. Mejorar la reputación de la empresa: La imagen que tiene los consumidores de la empresa se ve mejorada cuando esta invierte en la sociedad a través de acciones estratégicas para mejorar su entorno, lo que le permite mantenerse en puesto de prestigio para el cliente.
4. Atraer mejores talentos: Una empresa que se preocupe por su entorno es más atractiva para el talento humano, un trabajador preferirá laboral en esta sociedad en lugar de otra que no invierta en la sociedad donde el trabajador y la empresa se desarrolla. (Gallardo, 2015)
5. Reducción de costos de publicidad: Una buena estrategia de responsabilidad social empresarial tiene beneficios extras, como es la publicidad inmediata que causa en los consumidores adyacentes y sus conocidos, lo cual reduce el costo a la publicidad directa.
6. Facilidad los prestamos: La empresa al mejorar en su credibilidad y en el cumplimiento de sus compromisos genera un historial favorable lo cual es apreciado por el mercado de capitales al momento de evaluar un préstamo futuro.

El Balance Social como Herramienta Eficaz para Representar la Responsabilidad Social Empresarial

Según Gallardo (2015) El balance social maneja informes cualitativos, reuniendo un conjunto de datos diferentes en el área social de acuerdo con lo que necesita la empresa para implementar la responsabilidad social empresarial, se debe tomar en cuenta el marco teórico y político en el que labora la compañía, después de reunir los datos los cuantifica según diversos indicadores.

Proyecta los datos recolectados para ayudar en la gestión empresarial y en la rendición de cuenta de sus actividades sociales, la cual se debe realizar regularmente y con una buena precisión para no confundir a los consumidores, esta precisión sigue diversos estándares mínimos presente en este balance social, estos se muestran en la información que debe contener el Balance Social.

	Información mínima que debiera contener	Cuantificable	Cualificable
1	Mencionar aspectos estratégicos que la		X
2	Mencionar específicamente		
2	cuáles son las acciones		X
3	Colocar si la empresa es auditada en términos del		X
4	Definición clara de stakeholders (grupos		X
	Análisis de aspectos que relacionan a la empresa con sus trabajadores (este	La mayoría son cuantificables en el Modelo de Balance Social	
5	es un análisis mucho más acucioso, debido a que debe considerar lo que a la empresa le interesa de sus		
6	Identificación de los clientes.	X	
7	Identificación de aspectos del entorno medioambiental.	X	

Figura 11. Información que debe contener el Balance Social. Adaptado de: Revista Ciencia UNEMI-El Balance Social como una herramienta válida para representar la responsabilidad social en las empresas chilenas, por: Gallardo, 2015.

Los primeros cuatro aspectos se deben realizar de manera continua porque al ser calificables pueden tener la función de comparación por parte de sus creadores, utiliza la información más general a la más específica para indicar que la empresa tiene instrumentos para generar resultados sociales.

En el numeral 5 de la figura 11, se ve las características de la empresa y sus trabajadores desde su remuneración hasta el grado de pertenencia del trabajador, la empresa cuando con toda la información que se le solicitan en esta sección, esto se aplica en el balance social para ver cómo se mejora el entorno del trabajador con acciones precisas y concisas teniendo en cuenta que es fundamental la colaboración de todos los trabajadores para que la empresa puede mejorar el ambiente de trabajo.

En cuanto a la identificación del cliente al ser una información cuantificable se puede medir en la base de datos de los clientes y ver si ellos aplican el balance social, así se podrá compara la responsabilidad social empresarial de la competencia, en el aspecto 7 la empresa puede utilizar las acciones que ha emprendido en pro del medio ambiente, las cuales pueden ser desde utilizar menos hojas en las impresiones hasta cambiar el proceso productivo para contaminar menos.

La figura 11 resume la información mínima que debe tener cualquier balance social, pero cabe destacar que lo más importante es la creatividad que aplica la empresa en su balance social porque cada aspecto debe contener acciones positivas para mejorar la sociedad, es importante seguir los tres requisitos para un balance social establecidos por Ignacio González, el primero es crear una filosofía social desde la dirección, lo que provoca un dilema entre el balance social interno y externo.

El balance social interno solo se fija en las relaciones que genera la empresa con sus agentes internos, los cuales se encarga de fusionar el aspecto social y económico, en cambio el balance social externo contempla las acciones que mantiene la empresa con factores externos del medio, como el medio ambiente, la comunidad, el producto ofrecido al consumidor final, etc.

El balance social reúne la información fragmentada de distintos lugares en un solo documento y lo entrega a todos los actores sociales de la empresa

tanto internos como externos, convirtiéndose en una herramienta de negociación eficaz a nivel empresarial (García, 2012).

Desde un punto de vista más profundo el balance social no solo mezcla la relación de la empresa con su personal y su sociedad, sino que también cuenta con la participación de distintos grupos como los empleados, accionistas, usuarios de los distintos servicios o productos, proveedores, entidades locales, regionales o nacionales y el poder público (Rodríguez, 2015).

Tomando en cuenta todo esto grupos se llega a la conclusión que no existe consenso entre los diferentes balances sociales, por lo tanto un balance social europeo será diferente a uno americano o un balance social de un país a otro será totalmente diferente, en otras palabras no se puede comparar los balances fuera del país de origen.

Por consecuencia el balance social refleja la responsabilidad social de la empresa analizada, tomando el acuerdo con la sociedad como un compromiso que tiene que mantenerse cumplido y ser constante, se debe enfocar en los grupos menos atendidos, hay que tener mucho cuidado en las actividades realizadas, dependiendo del momento una actividad es socialmente responsable y en otro es todo lo contrario, por eso es importante la participación activa de los entes de la sociedad (Rodríguez, 2015).

El balance social se implementa en tres etapas, las dos primeras se pueden desarrollar de distintas maneras dependiendo del caso:

- Etapa política: Cuando las relaciones públicas producen el surgimiento de la idea de aplicar un balance social por parte de los directivos.
- Etapa Técnica: Si la empresa tiene que recopilar información social puede aplicar este sistema, ya que se ha comprobado que es un instrumento válido para este fin.
- Etapa de integración de objetivos sociales: cuando la responsabilidad social genero nuevos objetivos sociales el balance social pasa a ser la mejor herramienta para llevar a cabo estos objetivos, se prioriza estos

objetivos tanto como los económicos y son un tema de profundo pensamiento por parte de los tomadores de las decisiones.

Por lo tanto el balance social es un material público, encargado de dar a conocer las labores realizadas en beneficio de la sociedad, no es un estado de resultado ni expresa datos económicos empresariales, más bien desarrolla indicadores específicos de acuerdo a las variables que la empresa está necesitando cubrir, por lo tanto muestra si la empresa está cumpliendo con las acciones para sus empleados, acciones, proveedores, clientes y demás miembros relaciones con la organización (Rodríguez, 2004).

Antecedentes históricos del Balance Social

En 1996 las empresas de Estados Unidos eran fuertemente criticadas por todos los agentes que la formaban, emitían comentarios dañinos relacionados a su poco interés en la comunidad, por esta razón surge el balance social, proviniendo del término “Social audit” es creado para mejorar la imagen de la empresa en el entorno, demostrando principalmente las acciones emprendidas en pro de la comunidad.

Esta herramienta se difundió rápidamente en países Europeos y Francia adoptó este balance como una obligación tan importante como el estado de resultado en las empresas que cuenten con más de 3600 trabajadores, se justifica esta práctica como una forma para mejorar la supervivencia y las oportunidades de cumplir los objetivos planteados, hoy en día este balance se ha difundido globalmente y se lo usa para medir el compromiso de la empresa con la sociedad.

Dependiendo del país el balance social toma distintas variables, es por eso que no se puede comparar de un país a otro, pero en general en Europa se lo usa como un movimiento para expresar las ventajas de la organización en los ojos de los consumidores generales, en muchos países de Latinoamérica también se realiza el balance social anualmente (Rodríguez, 2004).

El Balance Social en Chile

Según Gallardo (2015) en Chile específicamente el balance social se lo usa para conocer la vida laboral de los trabajadores, para saber su grado

de satisfacción con la empresa, se lo comenzó a usar en este país desde 1975, cabe destacar que en Chile ya se aplicaba técnicas de contabilidad social con anterioridad.

El balance social en este país trata de cumplir cuatro objetivos específicos, lo cuales son:

- Comunicar diversas metodologías que servirán para solucionar problemas, establecer planes a seguir y conocer los éxitos y fracasos en la ejecución de estos planes.
- Mostrar indicadores sociales relevantes para determinar la prioridad en el personal y así orientar sus políticas en el cumplimiento de todas las normas que tendrá que cumplir para maximizar la satisfacción.
- Recopilar datos básicos para la creación de programas sociales e institucionales.
- Favorecer diversas áreas sociales, maximizando las acciones e inversiones sociales que se han creado.

El modelo de balance social es diferente a los usados en distintas partes del mundo, dado que este modelo no solo se verá la parte cuantitativa que representa los éxitos obtenidos en el personal con las acciones realizadas sino también cuantifica la satisfacción y los intereses en los trabajadores o distintos colaboradores de la empresa.

El modelo chileno tiene premisas diferentes a otros balances sociales, las más importantes son:

- Si la empresa quiere tener buenos resultados en su día a día debe mostrar interés en su gente, ya que esta crea la eficacia y los éxitos que puede tener la organización, una buena manera para cumplir esto es alcanzar los objetivos económicos que se plantearon a los trabajadores.
- Crear objetivos empresariales para que todos los trabajadores sean capaces de identificarse con aquellos, si esto sucede se logra mejorar la actitud y el pensamiento del personal en sus actividades diarias.

- La planificación global de toda empresa debe tener un área de gestión social, con distintos tipos de acciones, las cuales se puede acoplar a diversos programas sociales, se debe tener en cuenta el cumplimiento de los objetivos planteados como si fuera cualquier otra gestión.

Hoy en día Chile cuenta con distintas organizaciones que se encarga de promover la responsabilidad social empresarial sin ningún fin de lucro, una de estas organizaciones es Acción RSE y la segunda más importante de Chile es Prohumana, estas dos organizaciones tienen como objetivo mejorar la actitud de la empresa con la sociedad y convertir estos entes en seres proactivos.

Un balance social óptimo cuenta con tres objetivos básicos:

1. Información: Esta característica se refiere al compartimiento de la información recopilada a los sectores que tienen relación con esta información, esto permite dar a conocer las acciones sociales que la empresa cumple con sus trabajadores y con el entorno, puede generar aprecio y un sentido de pertenencia con la empresa.
2. Concertación: Se refiere a los acuerdos que se realicen entre los entes relaciones en un balance social específico, la información recopilada puede ser usada como un medio de negociación dado que contiene datos como tendencia, oferta y demanda, necesidades, beneficios económicos y físicos y otros indicadores relevantes.
3. Planificación: Con la información recopilada se puede comenzar a genera alguna planificación para afrontar los problemas encontrados en el estudio, los cuales deben tener un presupuesto establecido y estar encaminados en la realidad social, esto creara una gestión social más eficaz y fructífera.

Dadas estas características el balance social se convierte en una forma para averiguar una realidad concreta y con esos datos generar un cambio en la empresa para alcanzar una mejora en los aspectos sociales y estructurales,

cabe destacar que la mayoría de estos resultados no se lo verán en términos económicos (Gallardo, 2015).

Conclusiones:

En pocas palabras el balance social es un medio para reunir y recopilar la información social en un solo documento dando origen a una forma para medir las gestiones administrativas de la empresa, al convertirse en una herramienta para la RSE ofrece ventajas al momento de adaptar los indicadores comunes especialmente para el balance social, haciendo más fácil su uso.

Para concluir existe muchas técnicas para investigar la gestión social de la empresa en cuanto a su aplicación de la RSE, lo verdaderamente importante es adaptar esas acciones a la estrategia general de la organización y no en fechas esporádicas o por obligación, de esa manera se podrá impulsar y difundir las distintas formas de realizar RSE en el mundo real y actual (Gallardo, 2015).

En sentido contrario a lo hasta aquí expuesto, algunas empresas han sido estudiadas y analizadas como “las peores empresas para trabajar”, según Sousa (2009) denotando su escaso nivel de RSC hacia la comunidad y sus empleados.

Dollar General

El descontento de clientes y personal de este establecimiento, se refleja claramente en las encuestas de servicio, donde recibió apenas 2,7 en una escala de 5; esto se debe al descuido en los vínculos entre el cliente y la empresa, además del trato inadecuado para sus empleados, quienes trabajan durante largas jornadas, sin incentivos y muchas veces hasta sin recibir lo que por ley les corresponde.

Ross

Esta empresa es otra de las que olvida que una de sus principales fortalezas, y carta de presentación, son sus empleados, ya que son ellos los que tratan directamente con el cliente. Sin importar esta realidad, la compañía Ross siempre ha buscado la manera de pagar los sueldos más bajos posibles, pero a la vez exigen cada vez más proactividad en sus empleados. Estos

factores han hecho que su puntuación al momento de calificarla, le hayan dado un valor de 2,7 de 5.

DISH Network

Siempre existen quejas sobre este establecimiento, no solo por parte de los empleados, sino también de los clientes, por su mal servicio como proveedores de televisión pagada; los clientes han dado una calificación de 2,6 a la empresa, reclaman mejorar las visitas técnicas, ya que no cumplen sus expectativas y en cuanto a los empleados, piden tratar el tema de sus uniformes, por no ser adecuados para las épocas de intenso calor, lo cual dificulta su trabajo.

AECOM

La empresa comenzó a presentar problemas organizacionales internos, a raíz del cambio de administración, la cual ahora es manejada por los contadores, mas no por sus gerentes. Este cambio ha afectado bastante, pues se dice que todos sus esfuerzos están enfocados únicamente a incrementar sus ganancias, sin tomar en cuenta la situación de quienes brindan sus servicios a la compañía y velan por un servicio de calidad para los clientes. La insatisfacción se da a notar en la baja calificación recibida, al momento de evaluar la gestión como empresa, obtenido solo 2,6 en un nivel de 5.

Sears

Recibió una de las más bajas calificaciones de evaluación, en una escala de 5, solo recibió 2,5. Esto se debe a que los empleados no se sienten parte de la organización, aseguran que la gerencia no mantiene una buena comunicación con los empleados, generando malos entendidos, y un sin número de conflictos internos, que desmejoran el servicio brindado.

Xerox

El ambiente de trabajo en esta compañía, es el factor más determinante en la insatisfacción laboral. La recién posicionada CEO Úrsula Burns, ha creado división entre los trabajadores, por su favoritismo y falta de ética profesional. Estos factores, sumado al salario desproporcionado a la

economía actual, hacen que esta compañía sea una de las menos preferidas, obteniendo 2,5 sobre 5 en calificación de sus gestiones y trato laboral.

Forever 21

Esta compañía ha obtenido una calificación del 2,5 sobre 5, por parte de los trabajadores y ex trabajadores. La razón es clara, largas horas de trabajo, sumado a un salario poco incentivador y sin expectativas de ser mejorado, hacen que muchos de sus empleados no la recomienden como una opción de carrera profesional.

Kmart

A pesar de pertenecer al grupo de empresas mejor posicionado y fuerte en el mercado, esta empresa deja mucho que decir en su ambiente laboral y condiciones de trabajo de sus empleados. Las frecuentes quejas por la desorganización de sus procesos, equipos obsoletos, y poco o nada interés en motivar a sus empleados con salarios mejorados por sus capacidades y méritos, han conseguido que muchos de ellos se separen de la compañía y den una bajísima calificación de 2,5 en un rango de 5, a su gestión como empresa y empleadores.

Dillard's

“La peor empresa para trabajar”, ese es el sentir de los miles de trabajadores que conforman esta compañía. Los gerentes proyectan metas de ventas, muy fuera de la realidad. Exigen mucho de los empleados, sin brindarle ninguna condición que incentive su productividad. La evaluación de resultados arrojó un resultado de 2,4 sobre 5, dejando en evidencia el descontento en la gestión de la gerencia.

Express Scripts

El puntaje más bajo en la evolución de gestión de empresas, fue para esta compañía, presentando la calificación de 2,3 sobre 5. Una carga exagerada de trabajo a sus empleados, no permite realizar los procesos de forma adecuada, la presión constante y el temor por perder sus trabajos, crean un ambiente tenso, donde no es propicio laborar para nadie, esto de no ser

corregido a tiempo, repercutirá no solo en una baja producción, sino también en la pérdida de clientes (Yegres, 2015).

Antecedentes de la Responsabilidad Social en el Ecuador

Según Rodríguez (2015), la responsabilidad social es un elemento que se ha vuelto indispensable en las empresas, tras las exigencias que poseen la sociedad y el mundial actual. Las necesidades de implementar cambios en las empresas surgen por ciertos aspectos preocupantes tales como: las violaciones de los derechos de la humanidad, desaparición de las prácticas de ética empresarial, disminuciones de la calidad de vida de la comunidad, entre otros.

El Ecuador ha implementado cambios en legislación y políticas en las empresas, incidiendo a que las empresas ecuatorianas se enfoquen y preocupen en mayor medida de los efectos de cada una de las acciones y actividades que se realizan en la compañía. Los tres enfoques bajo los cuales se desarrolla la responsabilidad social en el Ecuador son la ética empresarial, el cuidado del medio ambiente y el respeto de los derechos humanos.

La responsabilidad social considera al humanismo por encima del comunismo, es decir que las empresas no deben realizar actos que comprometan los derechos humanos; puesto que las actividades a las que se dedican la empresa no deben estar por encima de los estándares de vida, ni deben perjudicar a la sociedad en general. Los trabajos que se relacionan a gestionar planes que mejoren la vida de la sociedad en general se basan en los principios de responsabilidad social que empezaron a tomar significatividad en el Ecuador en el año 2006, en el que se comenzaron a implementar prácticas de gestión con responsabilidad tanto para la empresa, como para los empleados, comunidad y medio ambiente.

En el año 2005 se conformó en el marco formal y jurídico el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social denominado por sus siglas como CERES, donde su principal objetivo es buscar y promocionar la responsabilidad social y fortalecer los conocimientos tanto de sus miembros, como de los diferentes actores de la sociedad. Su oferta es la capacitación es amplia y comprende todos los ámbitos de la responsabilidad social desde el

plano teórico al práctico, buscando proveer instrumentos y herramientas técnicas para la implementación de planes de responsabilidad social dentro de las organizaciones. Marcando un precedente importante en la historia y evolución de la Responsabilidad Social en el Ecuador. A CERES se la considera la red más importante de empresas que se encargan de promover y poner en práctica proyectos de Responsabilidad Social en el Ecuador. De acuerdo a información del CERES, esta ha tenido un significativo crecimiento desde los últimos siete años y cuenta con más de 40 empresas, entre estas están empresas públicas, privadas, de sociedad civil y educativa.

Alejandra Camacho del “CERES”, afirma “La aplicación de la RSE beneficia al medioambiente como proyecto, pero también a la empresa porque se crea un proyecto sostenible. El beneficio a la empresa abarca tres puntos: primero puede haber crecimiento de mercado, desarrollo de liderazgo, eficiencia operacional y buen manejo de riesgos”.

Hace que muchas empresas ecuatorianas en la actualidad deseen implementar planes de Responsabilidad Social, puesto que quieren el desarrollo sostenible de su empresa y aumentar la cuota en el mercado.

Marco Conceptual

Competitividad: Capacidad de las empresas para desarrollar, producir y vender productos de calidad para atraer a los consumidores, manteniendo las ganancias y reduciendo costos de los recursos (Correa, 2004).

Comunicación descendente: Comunicación interna vertical que transmite un mensaje desde la dirección hacia los subordinados.

Generalmente es unidireccional (Navarrete, 2015).

Crecimiento: Evolución favorable que presenta una empresa. Está determinado por el aumento del tamaño del personal, de su presencia en el mercado y consecuentemente el incremento de sus ingresos (Ucín, 2009).

Desarrollo sostenible: El desarrollo sostenible refiere a la satisfacción de necesidades de la generación actual sin perjudicar la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (Ucín, 2009).

Ética de negocios: Ética aplicada al ámbito empresarial, donde se estudian las normas y principios que se deben cumplir en el mundo de los negocios. Indica el comportamiento de los organismos participantes en un mercado específico (Zamora & Ciruela Lorenzo, 2005).

Objetivo: Meta o propósito que se plantea para aprovechar los recursos disponibles con la finalidad de estar en una mejor posición que la inicial. La consecución de un objetivo implica la superación de dificultades (Navarrete, 2015).

Plan de acción: Conjunto de actividades que se desarrollan con la finalidad de señalar el camino para alcanzar un objetivo en específico. Requieren una planificación, ejecución, evaluación y toma de medidas correctivas (Arias, 2012).

Productividad: Relación entre la cantidad total producida y los recursos empleados en la misma. Hay tres tipos de productividad: productividad global, productividad laboral y productividad total (Correa, 2007).

Proteccionismo: Conjunto de políticas económicas desarrolladas con la finalidad de proteger la economía interna de un país ante amenazas de competencias de productos provenientes de otros países (Laraña, 2013).

Rentabilidad: Relación entre los recursos utilizados en el proceso de producción y los beneficios económicos que resultan de los mismos. También es conocido como ROE (rentabilidad sobre el capital de la empresa) (García, 2012).

Responsabilidad Social: Compromiso que asumen las empresas y sus integrantes de contribuir a una sociedad más justa y proteger el medio ambiente. La responsabilidad social hace referencia a las acciones negativas que una institución debe evitar realizar y a las acciones positivas que conviene desarrollar (Correa, 2004).

Stakeholders: Persona o empresa que invierte dinero en un proyecto comercial, convirtiéndose en un aliado clave del éxito del mismo. Estos pueden ser clasificados como primarios y secundarios. Los primeros tienen una relación económica directa (accionistas), mientras que los secundarios no tienen una participación directa con la empresa (familias de los trabajadores) (Duque, Acevedo, & Rendón, 2014).

Responsabilidad: La responsabilidad es el cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, o bien una forma de responder que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo (Cedillo, 2014).

Social: Un grupo de personas que comparten una misma cultura que interactúan entre sí para conformar una comunidad (Vásquez, 2012).

Capítulo II: Metodología de la Investigación

Para el desarrollo de una investigación científica, es necesario incorporar aspectos metodológicos que garanticen la consecución de resultados válidos para establecer una propuesta.

Enfoque

Esta investigación es de naturaleza mixta, es decir, cualitativa y cuantitativa.

Se llama investigación cualitativa, al método que utiliza la interpretación del comportamiento del individuo involucrado o hecho de estudio, para llegar a una conclusión (Paz, 2014). En este caso, se aplicará a los administradores de las empresas para identificar su opinión con respecto a la RSC. Es decir, se trata de una investigación estructurada, que recopila información relevante para profundizar los análisis, mediante técnicas o herramientas, numéricas, que sirven de sustento físico en la investigación (Paz, 2014).

Tipo de investigación

La investigación será de tipo descriptivo porque se describen las características de un hecho, datos o personas, que intervienen en la realización de la investigación, con el fin de tener resultados sistemáticos y precisos que se asemejen a la realidad (Olabuénaga, 2012). Además, se trata de una investigación explicativa porque se encarga de buscar la razón que origina los hechos, presentados en el entorno de la investigación; dichos hechos se basan en creencias o descubrimientos, que deben ser coherentes a lo que el investigador pretende demostrar en el trabajo (Olabuénaga, 2012).

Para la recolección de los datos, se ha aplicado una investigación de campo que es aquella que interactúa directamente con las personas que conforman el estudio a realizarse y dentro del mismo lugar donde se producen los hechos. De esta manera se obtiene información confiable y de primera mano (Paz, 2014).

Métodos y Técnicas de Recolección de Datos

Los métodos y técnicas de recolección de datos que se emplearan en la presente investigación, son los siguientes:

Observación

Tiene la capacidad de seleccionar, solo aquello que tiene relación y servirá para profundizar el tema desarrollado, a partir de ello se describe y analizan comportamientos que permiten dar con el resultado deseado (Torres, 2006).

Entrevista

La obtención de datos o información, relacionada a la investigación, se da mediante diálogos personales, en su mayoría formales. De este modo de consigue conocer detalles que permitirán avanzar y proponer nuevas ideas a lo previamente planteado (Torres, 2006).

Bibliográfica.

Técnica estructural cuyo principal interés es proporcionar conocimientos que extiendan los ya existentes, que sirvan de soporte a la investigación en curso (Torres, 2006).

Diseño de la Investigación

La población para efectos de desarrollar una investigación científica es, según Sánchez (2011), el conjunto total de personas o cosas que pertenecen a un espacio determinado, donde se realizara el estudio. Las características que presenta son observables y medibles en espacio y tiempo determinado. La muestra es un subconjunto de la población, es una porción de universo de la muestra, el cual ha sido seleccionado para el análisis (Sánchez, 2011).

Esta investigación busca determinar los requerimientos financieros para la implementación de acciones de RSC en las empresas comerciales del sector norte de la ciudad de Guayaquil. Según datos del INEC, son 244 empresas, con un número de empleados de 2458 personas de esta población, se considera importante los resultados que pudieran encontrarse en las empresas que no desarrollan acciones visibles de RSC.

Tabla 1.

Determinación del número de empresas en el norte de Guayaquil - Ecuador

Tamaño	% de Empresas	Cantidad de Empresas	# de Empleados
Pequeñas	60%	146	1474
Medianas	30%	73	737
Grandes	10%	25	247
Total	100%	244	2458

Nota: Número de empresas en el norte de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Tomado de: *Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)*

Según el INEC en su directorio de empresas, Guayaquil tiene un 60% de empresas pequeñas, 30% medianas y 10% Grandes, donde todo el sector contiene un total de 2458 empleados registrados en el seguro social, ya que no se tiene la información exacta de empleados por sector se especula con el porcentaje de empresas por sectores.

Para efectos del siguiente trabajo de investigación se realizarán encuestas destinadas a los empleados y clientes de las empresas, y entrevistas para los dueños, acciones y proveedores de las empresas comerciales.

La muestra para Clientes y Empleados se la calcula de la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{P * Q}{\left(\frac{E}{Z}\right)^2 + (P * Q)/N}$$

Tabla 2.

Determinación de la muestra (Clientes – Empleados).

PARAMETROS	
Tamaño de la Población (N)	2.458
Error Muestral (E)	0,09
Proporción de Éxito (P)	0,5
Proporción de Fracaso (Q)	0,5
Valor para Confianza (Z) (1)	1,91
n= Tamaño de la Muestra	108

La muestra para Empresas se la calcula de la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{P * Q}{\left(\frac{E}{Z}\right)^2 + (P * Q)/N}$$

Tabla 3.
Determinación de la muestra (Empresas- Proveedores).

PARAMETROS	
Tamaño de la Población (N)	244
Error Muestral (E)	0,12
Proporción de Éxito (P)	0,5
Proporción de Fracaso (Q)	0,5
Valor para Confianza (Z) (1)	1,9
n= Tamaño de la Muestra	20

Para seleccionar los sujetos que se analizarán, se aplicó el método de selección conforme se indica:

- Empleados: aleatorio simple, todos tuvieron la misma probabilidad de ser escogidos.
- Empresas: muestreo intencional, escogiendo aquellas 20 empresas que permitieron realizar la investigación por considerar que son necesarias, estas empresas son del norte de Guayaquil, las cuales consideran importante la aplicación del RSE, además de ser empresas comerciales dedicadas a la compra y venta.
- Clientes: aleatorio simple, todos tuvieron la misma probabilidad de ser escogidos.
- Proveedores: muestreo intencional, escogiendo aquellas empresas que permitieron realizar la investigación por considerar que son necesarias, que las compañías a las cuales ellos proveen deben aplicar RSE.

Diseño del Instrumento

Para que el instrumento de investigación permita recolectar datos válidos, se parte del análisis del Marco Teórico, según el cual, las empresas que ejecutan acciones de RSC aplican:

- Cuidado del medio ambiente:
 - Tecnología limpia
 - Reciclaje
 - Bienestar del Recurso Humano

Además de cumplir con las reglamentaciones legales en cuanto a las leyes ambientales lo estipulen, donde las empresas socialmente responsables emprenden acciones de:

- Becas a los hijos de los empleados
- Eventos de integración social, cultural, familiar, deportiva
- En el ámbito social:
 - No utilizan publicidad engañosa
 - No gestionan sobornos
 - Calidad en los productos
 - Origen lícito de materias primas
 - Origen lícito de la mano de obra (no mano de obra infantil)
 - Utilizan recursos sustentables

Bases para las Encuestas y las Entrevistas

Las preguntas planteadas son:

- Conocimiento del concepto de responsabilidad social y qué criterios abarca.
- Percepción de incentivos gubernamentales hacia las acciones de responsabilidad social.
- Percepción de la importancia sobre las acciones de responsabilidad social.
- Aplicación de la responsabilidad social en las empresas ecuatorianas.
- Criterio acerca de quién debería beneficiarse principalmente la responsabilidad social.
- Criterios que las empresas deberían poner en práctica para ser socialmente responsables.
- Criterios para considerar a una empresa socialmente responsable.

- Percepción sobre la relevancia que le dan las empresas a las iniciativas de responsabilidad social.
- Criterio acerca de si las empresas deben tener un presupuesto que contemple la responsabilidad social.
- Motivos por los cuales una empresa se adapta a la cultura de responsabilidad social.
- Percepción de cómo la crisis económica afecta la responsabilidad social empresarial.
- Beneficios que obtienen las empresas al aplicar la responsabilidad social.
- Responder si la empresa del entrevistado aplica políticas o iniciativas de responsabilidad social.
- Responder si los procesos de responsabilidad social se reflejan en la empresa del entrevistado.
- Medios que utilizan para reflejar los procesos de responsabilidad social en la contabilidad.

Composición de la muestra

Encuesta

Aunque los cálculos arrojaron una muestra de 108 encuestas, se realizó la encuesta a un total de 110 personas, de las cuales, el 65,5% fueron hombres y el 34,5% fueron mujeres. Según su edad, el 24,55% se encontraban entre los 21 y 24 años, el 30% entre los 25 y 28 años, el 18,18% entre los 29 y 32 años, el 10,91% entre los 33 y 36 años, el 6,36% entre los 37 y 40 años; y por último el 10% entre 41 y 53 años. La encuesta se aplicó utilizando la herramienta informática google drive, enviando por correo electrónico a las personas seleccionadas.

Criterios de Selección

Para el envío de la encuesta se tomó la base de datos de los clientes corporativos de dos grandes supermercados, una empresa constructora y cinco empresas comerciales, ubicando a los representantes que desempeñan funciones de nivel jerárquico medio o superior del área financiera y

administrativa. El muestreo se realizó por conveniencia o intencional, en función al nivel de conocimiento que se presume deben tener para ocupar dicho cargo.

Entrevista

La muestra seleccionada estuvo conformada por un total de 20 personas, las cuales eran gerentes y dueños de empresas de Guayaquil, escogidos por la conveniencia de la investigación, debido al notorio interés de dichas empresas por las actividades de responsabilidad social corporativa.

Resultados de las Encuestas

Pregunta 1:

¿Ha escuchado hablar de responsabilidad social?

- Si: 85,5%
- No: 14,5%

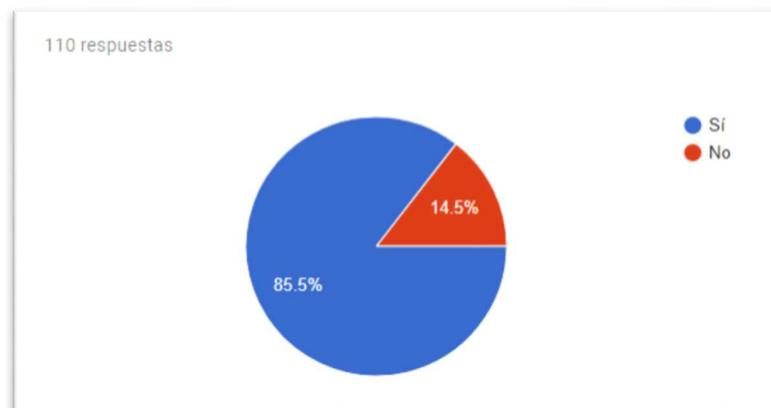


Figura 12. ¿Ha escuchado hablar de responsabilidad social?

Los resultados a esta pregunta señalan que la mayoría, esto es, el 85,5% han escuchado hablar de responsabilidad social, lo cual evidencia que no es un concepto desconocido entre la mayoría de la población.

Pregunta 2:

¿Según su criterio cuál de los siguientes puntos considera que abarca la Responsabilidad Social?

- Cuidar del medio ambiente: 19,1%
- Calidad de Vida: 22,7%
- Inclusión Social: 41,8%
- Cumplimiento de las leyes: 15,5%
- Otra: 0,9%

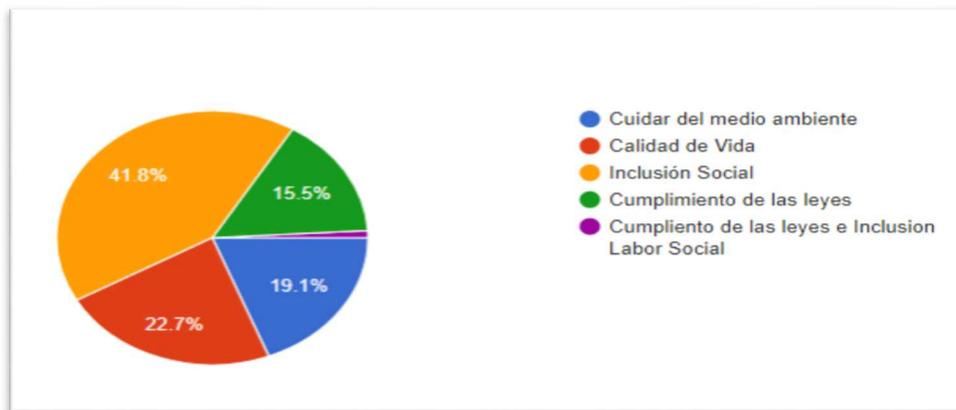


Figura 13. ¿Según su criterio cuál de los siguientes puntos considera que abarca la Responsabilidad Social?

La mayoría de personas considera que la inclusión social abarca la responsabilidad social con un 41,8%, lo cual es casi la mitad; seguido con un 22,7% calidad de vida, continuando con un 19,1% el cuidado del medio y con un ambiente 15,5% el cumplimiento de las leyes.

.Pregunta 3:

¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial es importante?

- Si: 100%
- No: 0%



Figura 14. ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial es importante?

El 100% de los encuestados considera que la Responsabilidad Social Empresarial es importante, lo que se indica que aunque para un pequeño porcentaje es desconocido el concepto, aun así sienten que es de gran importancia para la sociedad dar a conocer el concepto primordial que ayudaría a tener más consciencia a todas las personas para tener un mejor beneficio.

Pregunta 4:

¿Considera que las empresas en Guayaquil - Ecuador aplican la responsabilidad social?

- Si: 32,7%
- No: 67,3%

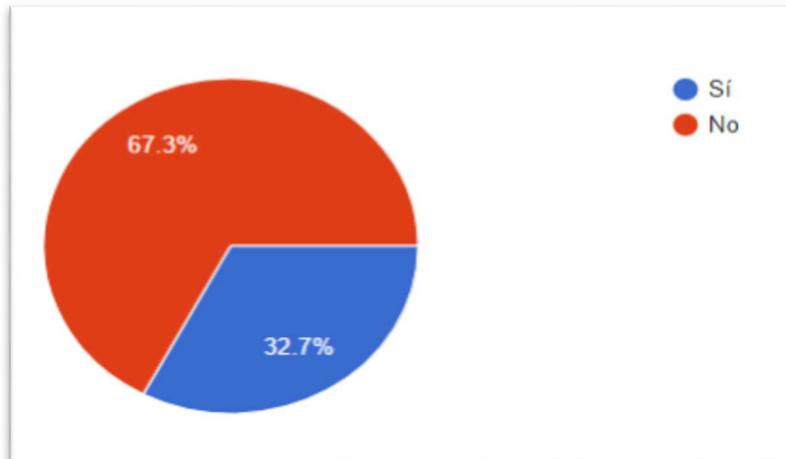


Figura 15. ¿Considera que las empresas en Guayaquil - Ecuador aplican la responsabilidad social?

El 67,3% de los encuestados consideran que las empresas en Guayaquil no aplican la responsabilidad social, mientras que el 32,7% considera que sí es así. Esto indica que la mayoría de la población tiene una percepción negativa acerca de la responsabilidad social de las empresas de Guayaquil - Ecuador.

Pregunta 5:

¿La empresa donde compra o trabaja aplica Responsabilidad Social?

- Si: 50%
- No: 50%

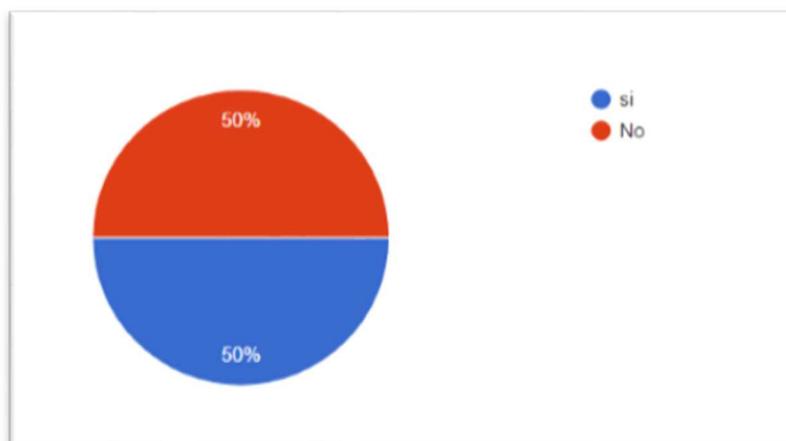


Figura 16. ¿La empresa donde compra o trabaja aplica Responsabilidad Social?

El 50% de los encuestados respondió positivamente, el 50% negativamente, significa que algunas empresas tratan de aplicar algo de Responsabilidad Social, pero aun con desconociendo de cómo informar a las personas sobre sus implementaciones.

Pregunta 6:

¿En qué ámbitos o grupos de personas en los que cree que debería enfocarse principalmente la responsabilidad social?

- Trabajadores: 48,2%
- Consumidores: 20,9%
- Proveedores: 1,8%
- Medio Ambiente: 25,5%
- Otra: 3,6%

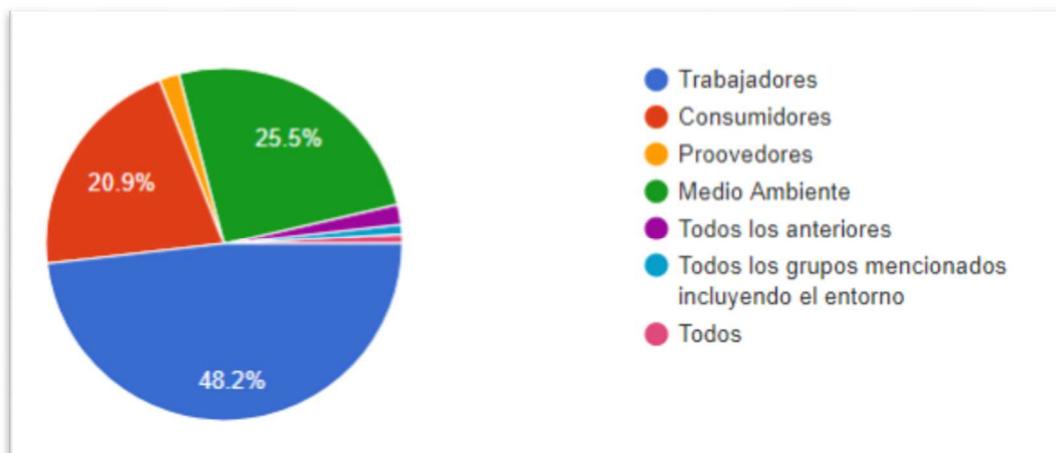


Figura 17. ¿En qué ámbitos o grupos de personas en los que cree que debería enfocarse principalmente la responsabilidad social?

El 48,2% de los encuestados cree que la responsabilidad social empresarial debería enfocarse en los trabajadores, el 25,5% en el medio ambiente y el 20,9% en los consumidores. Un 1,8% cree que debería enfocarse en los consumidores y un 3,6% de los encuestados afirmó que

todos ellos deben ser enfocados para los programas de responsabilidad social.

Pregunta 7:

¿Cuáles actividades considera usted deberían practicar las empresas para ser socialmente responsables?

- Dar mejor trato a los trabajadores: 30,9%
- No dañar la naturaleza, no contaminar: 34,5%
- No aprovecharse de los consumidores: 9,1%
- Ofrecer mejores salarios y prestaciones a los trabajadores: 2,7%
- Dar ayuda a la comunidad con donaciones: 16,4%
- Preocuparse más por los clientes: 5,5%
- Otra: 0,9%

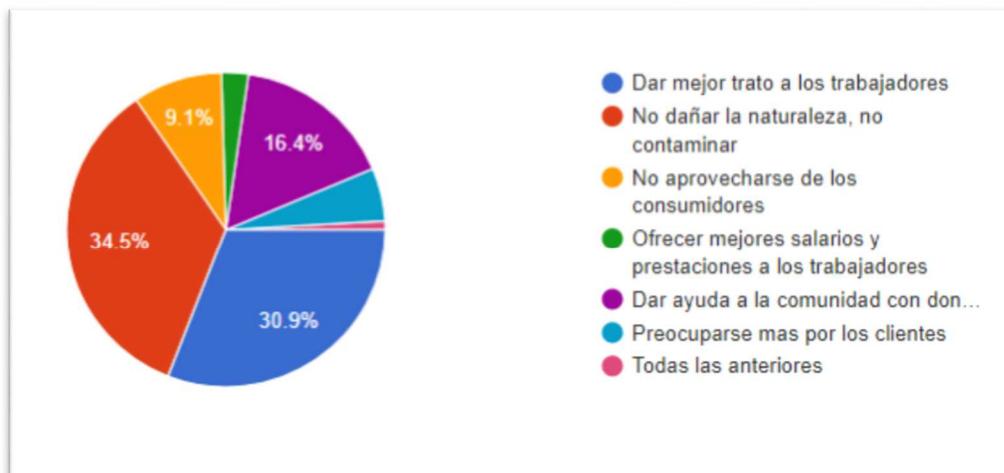


Figura 18. ¿Cuáles considera usted deberían practicar las empresas para ser más socialmente responsables?

La mayoría de los encuestados considera que no dañar la naturaleza debería ser el más practicado con un 34,5%, seguido de dar un mejor trato a los trabajadores con un 30,9%, en tercer lugar con un 16,4% se ubica dar ayuda a la comunidad con donaciones, luego el 9,1% de los encuestados considera que no deberían aprovecharse de los consumidores, un 5,5% opina que deberían preocuparse más por los clientes, un 2,7% cree que deberían ofrecerse mejores salarios y prestaciones y un 0,9% cree que todas deberían practicarse.

Pregunta 8:

¿Qué puntos considera importante para que una empresa se considere socialmente responsable?

- Calidad en el producto: 37,3%
- Descuentos en ventas: 0%
- Donaciones: 10%
- Estímulos para estudiantes destacados: 16,4%
- Compensaciones salariales: 15,5%
- Incentivos por retorno de productos usados: 19,1%

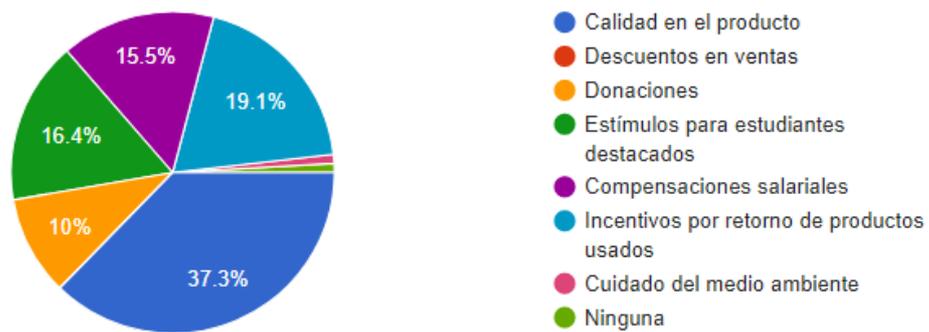


Figura 19. ¿Qué puntos considera importante para que una empresa se considere socialmente responsable?

La calidad del producto es considerada la más importante con el 37,3%, seguida por los incentivos por retorno de productos usados con un 19,1%; estímulos para estudiantes recibe un 16,4%, compensaciones salariales un 15,5% y donaciones un 10%.

Resultado de la Entrevista.

Pregunta 1:

¿Cómo usted define la Responsabilidad Social Empresarial?

En su gran mayoría, los entrevistados coinciden en que es la forma en que una empresa se retribuye con la sociedad, dando servicios sociales o ayuda a las comunidades, otros hablaron sobre el compromiso que tienen las empresas con su producto y su correcta funcionalidad, siendo este de buena calidad.

Pregunta 2:

¿Cuál es el nivel de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial que se ejecuta en Guayaquil - Ecuador?

Según las diversas entrevistas se concluye que las empresas grandes son las que están más inmersas y comprometidas en actividades de inclusión y responsabilidad social. Aunque con el Plan Nacional del Buen Vivir ha aumentado la responsabilidad social en las empresas, aún existe una percepción de media a baja en el nivel de aplicación de responsabilidad social en las empresas.

Pregunta 3:

¿Qué tipo de incentivos usted conoce que ha otorgado el Gobierno para fomentar una cultura de Responsabilidad Social?

Aunque algunos desconocían los incentivos dados por el gobierno, la gran mayoría nombró diversos beneficios tributarios que brinda el estado, además de leyes que obligan a las empresas a tener un porcentaje de empleados discapacitados como acto mínimo de retribución con la sociedad.

Pregunta 4:

¿Cree usted que los incentivos otorgados por el gobierno están fomentando una cultura de Responsabilidad Social en las empresas de la Ciudad de Guayaquil?

La gran mayoría concordó de manera contundente que las medidas e incentivos tomados por el gobierno si están fomentando una cultura de responsabilidad social en las empresas.

Pregunta 5:

¿Considera usted que las empresas comerciales en la Ciudad de Guayaquil tienen conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial?

De manera casi unánime, todos los entrevistados concluyeron que la mayoría de las empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil no tienen conocimiento de responsabilidad social empresarial, o que solamente conocen de los conceptos de la misma, lo cual es lo mismo que nada.

Pregunta 6:

¿Qué tan relevante cree usted, que las empresas realicen iniciativas de Responsabilidad Social?

Más allá de su obvia relevancia, una de las respuestas que más agradó fue acerca del desarrollo sostenible de una economía, ya que, al ayudar a los sectores frágiles de la economía como retribución a la sociedad, ayuda al largo plazo, a un desarrollo económico sustentable.

Pregunta 7:

¿Cree usted que las empresas deben tener un presupuesto que contemple la Responsabilidad Social?

Solo unos pocos no consideraron necesario el contemplar un presupuesto de responsabilidad social, pero en su gran mayoría respondieron positivamente ante esta pregunta, alegando unos cuantos que el presupuesto debe existir siempre y cuando se hayan cubierto adecuadamente las actividades principales.

Pregunta 8:

A su juicio, ¿Cuál cree usted que es la principal razón para que una empresa se adapte a una cultura de responsabilidad con la Sociedad?

En su gran mayoría contestaron que la imagen de la empresa es el factor fundamental que lleva a las empresas a adaptarse a una cultura socialmente responsable, en unos pocos casos los incentivos del gobierno fueron los motivos, ya que ayuda a la generación de utilidades a corto plazo y otros, alegaron que la sostenibilidad de una empresa se da en el largo plazo, sólo si su entorno de desarrolla con ellos.

Pregunta 9:

¿Cree usted que la crisis económica afecta a la Responsabilidad Social Empresarial?

Todos convergieron en la respuesta de que efectivamente la crisis económica afecta a la responsabilidad social empresarial, dos motivos se concretaron en las entrevistas, el primero y más nombrado fue que la crisis obviamente afecta a las utilidades de las empresas, y esta reduce el presupuesto para este tipo de proyectos o simplemente los elimina, el otro motivo, es que en una crisis, inevitablemente la calidad de vida se reduce, y esto hace más dificultosa las labores de responsabilidad social.

Pregunta 10:

¿Qué tipos de beneficios cree usted que podría obtener al aplicar Responsabilidad Social?

El beneficio más nombrado es el tributario, lo cual conlleva a beneficios económicos de corto plazo, reflejados en las utilidades, otro aspecto a recalcar, es la mejora de la imagen de la empresa, ya que hoy en día la tendencia de los consumidores se encamina hacia aquellas empresas que tienen una retribución positiva a la sociedad, y por ultimo hay quienes mencionaron que aquellos proyectos destinados al ciudades del medio ambiente, producen un beneficio a largo plazo, manteniendo un ecosistema adecuado.

Pregunta 11:

Actualmente, ¿Desarrolla su empresa, políticas y/o iniciativas de Responsabilidad Social?

En este aspecto, los resultados son divididos, existen empresas que sí tienen políticas o iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, así como otras que no las tienen.

Pregunta 12:

¿Refleja la empresa los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en su contabilidad?

De las empresas que si tienen procesos de Responsabilidad Social Empresarial, por lo menos la mitad no las reflejan en su contabilidad, lo cual

nos confirma la idea de crear una guía para que estas empresas adapten nuestra propuesta en su contabilidad.

Pregunta 13:

¿Qué medios utiliza la empresa para reflejar los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en la contabilidad?

Las respuestas brindadas por los entrevistados, señalan que estos desconocen de los medios que son usados para mostrar los resultados de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial.

Capítulo III: Propuesta

Datos Informativos

Título:

Diseño metodológico para adaptar a las empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, a un proceso contable que permita implementar un plan de cuentas subyacentes de la responsabilidad social.

Institución ejecutora:

Empresas comerciales de la Ciudad de Guayaquil - Ecuador.

Beneficiarios:

Aquellas empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil, que deseen implementar el modelo propuesto.

Provincia:

Guayas.

Cantón:

Guayaquil.

Justificación

La presente propuesta tiene como propósito diseñar un proceso contable de fácil entendimiento y aplicación para que no solo las empresas de Guayaquil, sino también del Ecuador puedan mostrar la información referente a los programas de responsabilidad social empresarial que emprendan; cabe recalcar que su facilidad incide en que las pequeñas y medianas empresas que tomen conciencia sobre esta nueva tendencia global puedan implementarlo sin mayores inconvenientes y sin tener que hacer un gran inversión en complejos sistemas, así que se pone a disposición un bosquejo simple de cómo llevar un plan de cuentas y como elaborar un proceso contable simple para sus futuros programas, proyectos y acciones de responsabilidad social.

En primer lugar, se introduce pequeños conceptos contables básicos orientados a resolver las primordiales interrogantes sobre el registro de las cuentas referentes a la responsabilidad social dentro de la contabilidad general de la empresa.

Por medio de un método simplista, la siguiente propuesta ayudará a la unificación de los diversos criterios de registro de los programas de responsabilidad social en el plan de cuentas, así como una presentación de algunos indicadores contables por medio de los cuales será posible la cuantificación y medición de los resultados posteriores a la implementación del mismo.

En concreto, esta propuesta aportará una guía sencilla y de fácil comprensión a aquellas empresas que hayan implementado o quieran implementar programas de responsabilidad social, y quieran medir los resultados de los mismos, ya que esta comparación es posible a través de la generación de estados y balances, los cuales se podrán generar a partir del plan de cuentas contables propuestos.

Objetivos

Objetivo de la Propuesta

Crear una guía que facilite a las empresas comerciales de Guayaquil, Ecuador el manejo y análisis de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en sus estados financieros.

Objetivos Específicos de la Propuesta

- a. Proponer medidas contables que faciliten conceptualizar el proceso para registrar las acciones de responsabilidad social en torno al área contable.
 - o Presupuesto de Responsabilidad Social
 - o Diseñar el proceso de registro de las cuentas.
 - o Identificar la normalidad de las cuentas que intervienen en las acciones de responsabilidad social empresarial en el plan de cuentas.

Fundamentación propuesta

Las sociedades evolucionan, con ellas sus habitantes, es por eso que vemos hoy en día una nueva tendencia hacia aquellas actitudes amigables con el entorno, esto abarca no solo el medio ambiente, sino también como actúan las empresas con sus empleados y su público en general. Ante estas

nuevas tendencias las empresas se ven en la obligación de no solo presentar sus resultados económicos si no también sociales.

A parte de la aceptación del público, las nuevas tendencias políticas le están dando cada vez una mayor acogida a los actos y proyectos de responsabilidad social, dando con ellos incentivos, que a los ojos de ninguna empresa es despreciable.

Por estos motivos, cuando se dan este tipo de actos o proyectos de responsabilidad social, las empresas se ven en la necesidad de reflejar el impacto de los mismos no solo en su contabilidad, si no, también que tanto han repercutido en la sociedad, es aquí cuando se presentan los índices de medición de estas cuentas de responsabilidad social.

Acciones a tomar para implementar Responsabilidad Social en las Empresas

En base a los resultados obtenidos, se presenta la siguiente propuesta para la implementación de acciones de RSE en las empresas comerciales.

Por cuanto el aspecto más valorado es la inclusión social, es necesario ejecutar:

1. Inclusión social
 - a. Adecuación de espacios (rampas)
 - b. Contratación de personal discapacitado sin costo adicional (se obtienen beneficios tributarios)
 - c. Adecuación de baños para minusválidos.
2. Mejoramiento Laboral: Se puede mejorar la calidad de vida de los trabajadores o de sectores desprotegidos aledaños a las instalaciones de las empresas, se pueden tomar distintas iniciativas como:
 - a. Integración de colaboradores
 - b. Adaptación de reglamento interno
 - c. Creación de espacios recreativos
 - d. Capacitaciones de los trabajadores
 - e. Charlas sobre higiene y cuidado personal
 - f. Becas para hijos de Empleados.
 - g. Políticas de Bonos a Empleados por buen desempeño

3. Planes de remediación de daños ambientales: Para el sector analizado (comercial) la remediación del medio ambiente puede implementarse a través de:
 - a. Colocación de recipientes adecuados
 - b. Mantenimiento de áreas verdes
 - Mingas
 - Siembra de arboles
 - c. Utilización de energía limpia
 - Paneles solares
 - Ventilación adecuada (rejillas)

Presupuesto de Responsabilidad Social.

A continuación, la tabla 4 muestra un presupuesto de responsabilidad social, el cual se basa en los tres aspectos de las acciones a tomar en la responsabilidad social mencionados en el punto anterior.

Tabla 4.
Presupuesto de Responsabilidad Social.

Presupuesto de Responsabilidad Social			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Inclusión Social			
Rampa para minusválidos	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Contratación de Personal discapacitado	1	\$ 0.00	\$ 0.00
Adecuación de baños para minusválidos	1	\$ 425.00	\$ 425.00
Calidad de Vida			
Integración de colaboradores (por persona)	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Adaptación de reglamento interno	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Creación de espacios recreativos	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Capacitaciones de los trabajadores	1	\$ 85.00	\$ 85.00
Charlas sobre higiene y cuidado personal	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Becas para hijos de Empleados.	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Políticas de Bonos a Empleados por buen desempeño	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Planes de remediación de daños ambientales			
<i>Colocación de recipientes adecuados de reciclaje</i>			
Tachos de basura triples	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Letreros de señalización	1	\$ 25.00	\$ 25.00
<i>Mantenimiento de áreas verdes</i>			
<i>Mingas (refrigerio)</i>	1	\$ 2.50	\$ 2.50
Siembra de arboles	1	\$ 48.00	\$ 48.00
<i>Utilización de energía limpia</i>			
Paneles solares	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Sistema Ventilación adecuada (rejillas)	1	\$ 45.50	\$ 45.50

Como se puede observar, el costo de implementación de medidas para la aplicación de la Responsabilidad Social dependerá de los rubros que se consideren importantes para su ejecución.

Identificación de las cuentas de responsabilidad social

Para las acciones de responsabilidad social, es necesario crear un grupo de cuentas, las cuales estarán inmersas tanto en las cuentas con saldo normal deudor como en las cuentas con saldo normal acreedor.

Se establecerán en cuentas de activos, pasivos, patrimonio, ingresos y egresos, así como las posibles cuentas que se pueden usar en su registro, el tratamiento será igual que las cuentas normales fuera de las acciones de responsabilidad social, pero estas podrán ser tomadas en cuenta para un análisis paralelo.

Activos de Responsabilidad Social Empresarial

Aquí se registrarán las adquisiciones que la empresa destine a los procesos de Responsabilidad Social Empresarial que se ejecuten, y tendrá diversos tipos de cuentas como por ejemplo:

- Caja o efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial.
- Inventario de Responsabilidad Social Empresarial
- Provisiones para actividades de Responsabilidad Social Empresarial
- Terrenos destinados para acciones de integración a la comunidad
- Propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social (De aquí también parten las cuentas de depreciación que generen estas adquisiciones)

Pasivos de Responsabilidad Social Empresarial

Refiere a las cuentas que representen deudas generadas por actividades de Responsabilidad Social Empresarial, estas pueden ser:

- Préstamos bancarios para solventar proyectos sociales
- Deudas a proveedores por actividades de Responsabilidad Social Empresarial

Patrimonio de Responsabilidad Social Empresarial

Representa el capital destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial, así como las donaciones que reciba la empresa para ejecutar las mismas. Las cuentas utilizadas pueden ser:

- Donaciones
- Capital destinado a actividades sociales

Ingresos de Responsabilidad Social Empresarial

Refiere a los recursos económicos obtenidos por la empresa gracias a una correcta gestión.

Costos y Gastos de Responsabilidad Social Empresarial

Representan a los costos, los gastos que intervengan en la producción y los cuales se incurran por causa de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, los gastos tienen el mismo principio, pero no se cargan en la producción. Aquí también entran las cuentas de gastos depreciación que sean resultado de la adquisición de activos fijos para actividades relacionadas con RSE.

Propuesta de Balance Social

Las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial generan costos y gastos, en algunos casos inclusive ingresos, estos deberían ser informados por separado, de aquellas actividades operativas de la empresa.

Este Balance Social es un complemento a los estados financieros publicados periódicamente por las empresas, pueden ser mensuales, trimestrales, semestrales o anuales dependiendo de las necesidades de la misma, como también de su tamaño.

A través de esta herramienta la empresa comunica a la sociedad los distintos aportes y resultados de las operaciones que se han llevado a cabo en un periodo determinado, es por eso que este balance tiene impacto tanto interno, como externo, ya que no solo los trabajadores, proveedores y accionistas tendrán a su disponibilidad la información, pues también se dará a conocer al público en general.

Para la presente propuesta se utiliza el modelo GRI Carrizo (2012), según el cual, la RSE se presenta en dimensiones económicas, sociales y medioambientales.

El modelo se compone por:

Contexto: El cuál contiene los ítems de estrategia y perfil, parámetros de la memoria, gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés y enfoque de gestión.

Desempeño: Que contiene los ítems económicos, ambiental, prácticas laborales y éticas del trabajo, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre los productos

(Carrizo, 2012).

El modelo GRI, en su versión G4, tiene como objetivo facilitar la elaboración de bases de datos de sostenibilidad significativas en las que se levanten datos relevantes sobre temas relacionados a la sostenibilidad. Esta versión es más fácil de usar con relación a las anteriores.

Plan de Cuentas de Balance Social.

A continuación, se detallan un grupo de cuentas propuestas en puntos anteriores, estas podrán ser tomadas como base para añadir al plan de cuentas de la empresa, así como podrán ser creadas nuevas o modificadas las que se presentan.

Se tomó como referencia Planes de Cuentas presentado por la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

CUENTA	DESCRIPCIÓN
1 ACTIVO	
101 ACTIVO CORRIENTE	
10110	Efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial
10111	Provisiones para actividades de Responsabilidad Social Empresarial
10112	Inventario de Productos para Responsabilidad Social Empresarial
102 ACTIVO NO CORRIENTE	
10210	Propiedades y equipos para actividades de Responsabilidad Social
102101	(-) Depreciación acumulada de Propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social
10211	Terrenos destinados para acciones de integración a la comunidad
2 PASIVO	
201 PASIVO CORRIENTE	
20110	Documentos y cuentas por pagar a corto plazo por actividades de Responsabilidad Social Empresarial
202 PASIVO NO CORRIENTE	
20210	Documentos y cuentas por pagar a largo plazo por actividades de Responsabilidad Social Empresarial
3 PATRIMONIO	
35	Donaciones
36	Capital destinado a actividades sociales
4 INGRESOS	
45	Ingresos de Responsabilidad Social Empresarial
5 COSTOS Y GASTOS	
5110	Costos de Responsabilidad Social Empresarial
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial
5211	Gastos de depreciación de Propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social

Figura 20. Plan de Cuentas social.

Ejemplos de asientos contables para la Aplicación de Responsabilidad Social.

A continuación, se presentan algunos ejemplos acerca del registro de las cuentas de Responsabilidad Social Empresarial, mismas que podrán ser usadas como un modelo para el tratamiento de las mismas.

El directorio decide aprobar el Presupuesto para Responsabilidad Social y asigna al Departamento Financiero traspasar los valores a una cuenta designada para su ejecución.

Tabla 5

Asiento de transferencia de valores por aprobación de Presupuesto de Responsabilidad Social

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
10110	Efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial		6.500,00	
10106	Efectivo y Equivalente de Efectivo			6.500,00
PR: Transferencia de valores designados por Responsabilidad Social				

La empresa X decide iniciar un nuevo programa social, para el cuál necesita construir una rampa para acceso a personas minusválidas. Por este motivo se realiza una compra detallando lo siguiente, con pago en efectivo.

Tabla 6

Asiento de Gasto por compra de rampa para minusválido.

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		625,00	
xxx	IVA		75,00	
10110	Efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial			700,00
PR: Compra de rampa de acceso para minusválidos				

El espacio donde la empresa “X” tiene planificado instaurar su programa de remediación de daños ambientales, en un parque de la comunidad aledaña a la localización de sus instalaciones, pero el mismo está lleno de desechos, motivos por el cual la empresa decide contratar servicios de limpieza, pero se decide hacer una campaña para que los colaboradores de la empresa y habitantes del sector ayuden con una minga, los cuales representan un gasto de \$ 2,50 IVA incluido por persona para entregar un refrigerio a cada uno de los inscritos.

Tabla 7
Asiento de Gasto por refrigerios.

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		44,64	
xxx	IVA		5,36	
10110	Efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial			50,00
	PR: Compra de 20 refrigerios para minga			

La empresa decide comprar 25 árboles y así colaborar con el medio ambiente, y mantener un sistema de oxigenación en el sector escogido como acción de sustentar su Responsabilidad Social para la comunidad.

Tabla 8
Asiento de Gasto de compra de arboles

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		1.071,4 3	
xxx	IVA		128,57	
20110	Documentos y cuentas por pagar a corto plazo por actividades de Responsabilidad Social Empresarial			1.200,0 0
	PR: Compra de 25 árboles para sector			

La empresa “XYZ” desea que sus instalaciones cuenten con sistemas de ventilación, para esto se contrata un Arq., para que efectúe áreas de ventilación en las oficinas, en su estudio decide realizar 6 áreas de ventilación.

Tabla 9

Asiento de Gasto en ventilaciones.

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		243,75	
xxx	IVA		29,25	
20110	Efectivo destinado a Actividades de Responsabilidad Social			273,00
PR: Ductos de Ventilación.				

La empresa “XYZ” desea capacitar a sus empleados en atención al cliente a personas con discapacidades de cualquier tipo, el cual tendrá un costo de \$85,00 por persona incluido IVA, se decide capacitar a los 6 colaboradores del departamento de Ventas y Servicio al Cliente.

Tabla 10

Asiento de Gasto en Capacitación a los Empleados

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		455,36	
xxx	IVA		54,64	
20110	Efectivo destinado a Actividades de Responsabilidad Social			510,00
PR: Capacitación a Empleados.				

La empresa “XYZ” desea entregar 2 becas escolares a sus empleados, las cuales tiene un costo de \$ 1.400,00 cada uno, estas se pagarán en el lapso de diez meses.

Tabla 11

Asiento de Gasto en Becas para los hijos de los empleados

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		280,00	
20110	Efectivo destinado a Actividades de Responsabilidad Social			280,00
PR: Entrega de Becas a Hijos de Empleados.				

La empresa "XYZ" desea entregar un bono de \$50 por buen desempeño a 8 empleados, los cuales pagara en efectivo.

Tabla 12

Asiento de Gasto por bono de desempeño a los Empleados

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5210	Gastos de Responsabilidad Social Empresarial		400,00	
20110	Efectivo destinado a Actividades de Responsabilidad Social			400,00
PR: Bono por buen desempeño laboral.				

Adquisición de propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social y registro de su depreciación

La empresa X decide emprender un nuevo proyecto para el cuidado del medio ambiente, motivo por el cual deciden instalar panel solar para el uso de sus instalaciones y además adquieren tachos para el reciclaje de los desechos. Las cantidades y precios se detallan a continuación

1 panel solares a 800,00 cada uno

2 tachos de basura para reciclaje a \$120,00 cada uno.

Se sabe que estos paneles solares se deprecian a 5 años sin valor de desecho.

Tabla 13

Adquisición de propiedad y planta

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
10210	Propiedades y equipos para actividades de Responsabilidad Social		926,52	
	paneles solares	714,23		
	tachos de basura para reciclaje	212,29		
xxx	IVA		111,42	
10110	Efectivo destinado a actividades de Responsabilidad Social Empresarial			1.037,94
PR: Compra de paneles solares y tachos de basura para reciclaje				

Tabla 14
Gasto de depreciación.

Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
5211	Gastos de depreciación de Propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social		142,85	
102101	Depreciación acumulada de Propiedad, planta y equipos para actividades de Responsabilidad Social			142,85
	PR: Reconocimiento del gasto de depreciación de paneles solares del primer año			

En este caso se acaba de mostrar el tratamiento de los activos de propiedad, planta y equipo, desde que ingresa el activo, hasta que se reconoce el gasto de depreciación, cabe recalcar que no es necesario crear la cuenta de Gastos de depreciación por actividades de Responsabilidad Social, con reconocerlo como un gasto de responsabilidad social empresarial es suficiente, en este caso solo está más detallado.

Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial permite que las empresas identifiquen y exploten los puntos de ventaja sobre la competencia, desde el primer momento en que se incorpora acciones para implementarla, por la diferenciación que se produce de las demás empresas de su industria y los beneficios que son reconocidos en los ámbitos comerciales, legales, medioambientales, hacia su comunidad interna y en el área financiera.

La Responsabilidad Social Empresarial debería ir más allá de las grandes empresas y extenderse hasta todas las sociedades independientemente del tamaño o sector que esta se encuentre. Las personas sean estos empleados o consumidores sobrentienden que las grandes empresas ganan mucho dinero, lo cual de alguna manera tiene que repercutir en la Responsabilidad Social Empresarial, donde el objetivo es que esa filosofía llegue a las pequeñas y medianas empresas.

La RSE debería plantearse desde el mismo momento en que se decide crear una empresa y darle así una visión a largo plazo. Además, hay que pensar en los beneficios que estas prácticas producen sobre la motivación de los trabajadores, su rendimiento y, por tanto, sobre la cuenta de resultados de la propia empresa.

En las encuestas tomadas en el norte de la ciudad de Guayaquil, se pudo evidenciar que los consumidores, al igual que los empleados de estas empresas consideran que la RSE es importante, y que los directivos de estas empresas deberían enfocarse en tres aspectos fundamentales como son: la inclusión social, la calidad de vida de los trabajadores y el medio ambiente.

Por otro lado, se pudo determinar que la RSE es sin duda un factor diferencial de compra para el consumidor que conoce las actividades y la filosofía de una empresa comprometida. Se trata de un tema cultural. Aunque en Ecuador no se ha mejorado mucho en este sentido, es necesario que las empresas sepan que se pueden participar en muchas actividades de RSE que no tienen por qué tener una connotación económica.

Recomendaciones

Dado los resultados se pueden realizar las siguientes recomendaciones:

El único modo de que las empresas tengan éxito en la aplicación de la RSE es que tengan presente que la gestión de las empresas es que los departamentos cuenten con el apoyo explícito de los directivos, dueños o accionistas. Más aún si el objetivo es poder tener una imagen corporativa buena hacia la sociedad. Por esta razón las empresas también deben ser conscientes del nivel de pasivos de confianza con los que cuenta la empresa, y saber qué asuntos perturban la capacidad de la empresa de generar confianza o de relacionarse positivamente con la comunidad.

Es necesario introducir conceptos relacionadas con la RSE en las estructuras de incentivos de las compañías; así se conseguirá integrar la RSE como parte de los procesos y estructuras de las empresas de un modo efectivo. De hecho, la RSE es una cuestión cultural, un modo de actuar empresarial que se aplica a todas las personas de la organización. Por ello, los incentivos deben estar alineados con los valores definidos por las organizaciones para promover relaciones de confianza tanto en sus empleados como con los grupos de interés.

Una adecuada gestión del sistema de aprovisionamiento (Proveedores) es sin duda una medida clave para que las empresas obtengan buenas reputaciones: una mala práctica al momento de elegir los proveedores puede dañar gravemente la percepción social sobre una compañía, así como desacreditarla. Es necesario integrar la gestión de proveedores y contratistas bajo planteamiento de la RSE.

Para que este modelo de responsabilidad social pueda ser aplicado a las empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil, se debe tener en cuenta que se deben crear políticas internas de responsabilidad social, las cuales contemplen porcentajes de inversión en responsabilidad social, los cuales deben ser tomados de la ganancia neta, además estos gastos como se ejemplificaron en el desarrollo, deben ser adaptados a las cuentas de las empresas y registrados como gastos.

Bibliografía

- Acedo, C. (2000). Balance social para la empresa venezolana: modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS). Alianza Social.
- Argadoña, A. (2012). Dónde empieza y dónde acaba la responsabilidad del empresario. New York: IESE.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta. Edición. Fidas G. Arias Odón.
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman; New York: Harper.
- Carroll, E. (2010). Modelos de Responsabilidad Social. Madison: Usa.
- Cedillo, C. C. (2014). La responsabilidad social corporativa del sector público: Un análisis aplicado a las grandes ciudades en España. GRIN Verlag.
- Correa, M. E. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. United Nations Publications.
- Dale, A., & Onyx, J. (2010). A Dynamic Balance: Social Capital and Sustainable Community Development. UBC Press.
- Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M. de la M., & Rendón Acevedo, J. A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Cuadernos de Administración, 29(50), 196-206.
- Echevarría, S. G. (1982). Responsabilidad social y balance social de la empresa. Fundación Mapfre.
- Escudero, M., & Lama, J. G. (2014). La responsabilidad social empresarial y la creación de valor en América Latina. Universidad de Deusto.
- Gallardo, G. (2015). El Balance Social como una herramienta válida para representar la Responsabilidad Social en las Empresas Chilenas. Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro. Recuperado a partir de <http://repositorio.unemi.edu.ec//handle/123456789/3116>
- Gallego, M. (2012a). El balance social como herramienta de auditoría organizacional. Revista Universidad EAFIT, 35(115), 27-40.

- Gallego, M. (2012b). El balance social como herramienta de auditoria organizacional. *Revista Universidad EAFIT*, 35(115), 27-40.
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. ESIC Editorial.
- Guevara-Ramos, E. (2017). *Antecedentes de la Teoría Organizacional: La Responsabilidad Social Empresarial*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Herrera, H. M. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. ECOE EDICIONES.
- Herrera, L. (2017). La responsabilidad social empresarial (RSE) y su influencia en los resultados económicos de las empresas industriales de la ciudad de Tacna, periodo 2010-2011. *CIENCIA & DESARROLLO*, 0(15). Recuperado a partir de <http://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/CYD/article/view/303>
- Jaramillo, C., & Guillermo, J. (2007). Evolución Histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Económico*, 10(20). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=165013675005>
- Jiménez, J. W. (coord) I. (2004). *Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales*. Ediciones AKAL.
- Laraña, I. C. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial*. Desclée De Brouwer.
- Lozano, J. M. (2005). Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas: políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad. *Granica*.
- Luna, C. de, & Ángel, M. (2001). Propuesta de balance social para fundaciones. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (39). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=17403904>
- Mayurí, B. G. de. (2003). *Temas de desarrollo humano: desafíos y propuestas para el Trabajo Social*. Fondo Editorial PUCP.
- Moya, J. V. (2010). Responsabilidad social. *Enfoque UTE*, 1(1), 90-100.

- Mugarra Elorriaga, A. (2001). Responsabilidad y balance social hoy en día: un reto para las cooperativas. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (39). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=17403903>
- Navarrete, F. C. F. de. (2015). La Educación Superior como dinamizadora de la Responsabilidad Social empresarial: un estudio comparado entre los futuros dirigentes empresariales en América Latina. Liber Factory.
- Navas, O. D. A., & Arias, Á. M. A. (2010). Banca y medio ambiente: un ejercicio de responsabilidad social empresarial. U. Externado de Colombia.
- Olabuénaga, J. I. R. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto.
- Paz, G. M. E. B. (2014). Metodología de la Investigación. Grupo Editorial Patria.
- Raufflet, E. (2011). Responsabilidad social empresarial. Pearson.
- Rendueles Mata, M. (2010). Mercadeo social, responsabilidad social y balance social: conceptos a desarrollar por instituciones universitarias. Telos, 12(1). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=99312518003>
- Rodríguez, D. R. H. (2015). Modelo de contabilidad para la responsabilidad social empresarial (RSE). Revista Civilizar de Empresa y Economía, 4(8). Recuperado a partir de <http://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ceye/article/view/258>
- Sánchez, J. C. (2011). Metodología de la investigación científica y tecnológica. Ediciones Díaz de Santos.
- Sousa, A. Á., Rodríguez, A. G., Veiga, G. R., López, J. L., Valo, R. C., & Suárez, M. J. A. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa como oportunidad para las empresas turísticas. ROTUR: Revista de Ocio y Turismo, 2(1), 11-43. <https://doi.org/10.17979/rotur.2009.2.1.1232>

- Torres, C. A. B. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson Educación.
- Tous Zamora, D., & Ciruela Lorenzo, A. M. (2005). Responsabilidad social y cultura en las sociedades cooperativas agrarias. Modelo general de balance social. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (53). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=17405314>
- Ucín, J. M. G. (2009). Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en Pymes. Universidad de Deusto.
- Vásquez, K. (2012). ¿Que son los stakeholders? Recuperado a partir de <http://www.todomktblog.com/2013/04/que-son-los-stakeholders.html>
- VEGA, R. E. de, & Rajovitzky, A. G. (2014). Contabilidad Ambiental: Contabilidad y responsabilidad social de la empresa. EAE.
- Vives, A. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. B - Banco Interamericano de Desarrollo.

Anexos

22/6/2017

Encuesta sobre Responsabilidad Social (Empleados - Clientes).

Encuesta sobre Responsabilidad Social (Empleados - Clientes).

El Foro de Expertos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) define a la Responsabilidad Social de la Empresa como: "El cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones".

*Obligatorio

1. Dirección de correo electrónico *

2. Sexo *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
 Hombre

3. Edad *

4. ¿Ha escuchado usted hablar acerca de la Responsabilidad Social? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

5. ¿Según su criterio cuál de los siguientes puntos considera que abarca la Responsabilidad Social? *

Marca solo un óvalo.

- Cuidar del medio ambiente
 Calidad de Vida
 Inclusión Social
 Cumplimiento de las leyes
 Otros: _____

6. ¿Considera usted que la responsabilidad Social empresarial es importante? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

7. ¿Considera usted que las empresas en Guayaquil - Ecuador aplican la Responsabilidad Social? **Marca solo un óvalo.*

- Sí
 No

8. ¿La empresa donde compra o trabaja aplica responsabilidad social? **Marca solo un óvalo.*

- Sí
 No

9. ¿En cuál de los siguientes ámbitos o grupos de personas cree usted que debería enfocarse principalmente la Responsabilidad Social? **Marca solo un óvalo.*

- Trabajadores
 Consumidores
 Proveedores
 Medio Ambiente
 Otros: _____

10. De los puntos nombrados a continuación ¿cuáles considera usted que deberían practicar las empresas para ser más socialmente responsables? **Marca solo un óvalo.*

- Dar mejor trato a los trabajadores
 No dañar la naturaleza, no contaminar
 No aprovecharse de los consumidores
 Ofrecer mejores salarios y prestaciones a los trabajadores
 Dar ayuda a la comunidad con donaciones
 Preocuparse mas por los clientes
 Otros: _____

11. ¿Qué puntos considera importante para que una empresa se considere socialmente responsable? **Marca solo un óvalo.*

- Calidad en el producto
 Descuentos en ventas
 Donaciones
 Estímulos para estudiantes destacados
 Compensaciones salariales
 Incentivos por retorno de productos usados
 Otros: _____

 Recibir una copia de mis respuestas

Entrevista sobre Responsabilidad Social (Empresa - Proveedores)

Encuesta para las empresas comerciales del sector norte de Guayaquil, sobre la Responsabilidad Social Empresarial. El Foro de Expertos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) define a la Responsabilidad Social de la Empresa como: "El cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones".

*Obligatorio

1. 1. ¿Cómo usted define la Responsabilidad Social Empresarial? *

2. 2. ¿Cuál es el nivel de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial que se ejecuta en Guayaquil - Ecuador? *

3. 3. ¿Qué tipo de incentivos usted conoce que ha otorgado el Gobierno para fomentar una cultura de Responsabilidad Social? *

4. ¿Cree usted que los incentivos otorgados por el gobierno están fomentando una cultura de Responsabilidad Social en las empresas de la Ciudad de Guayaquil? *

5. ¿Considera usted que las empresas comerciales en la Ciudad de Guayaquil tienen conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial? *

6. ¿Qué tan relevante cree usted, que las empresas realicen iniciativas de Responsabilidad Social?

7. ¿Cree usted que las empresas deben tener un presupuesto que contemple la Responsabilidad Social? *

8. A su juicio, ¿Cuál cree usted que es la principal razón para que una empresa se adapte a una cultura de responsabilidad con la Sociedad? *

9. **9. ¿Cree usted que la crisis económica afecta a la Responsabilidad Social Empresarial? ***

10. **10. ¿Qué tipos de beneficios cree usted que podría obtener al aplicar Responsabilidad Social? ***

11. **11. Actualmente, ¿Desarrolla su empresa políticas y/o iniciativas de Responsabilidad Social? ***

12. **12. ¿Refleja la empresa los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en su contabilidad? ***

13. **13. ¿Qué medios utiliza la empresa para reflejar los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en la contabilidad? ***



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Andrade Mejía, Piter Andrés, con C.C: # 0913741591 autor del trabajo de titulación: **“Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa en una Empresa Comercial y Propuesta de Balance Social”** previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 septiembre del 2017

Andrade Mejía, Piter Andrés

C.C: 0913741591



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Zambrano Toscano, Josseline Daniela, con C.C: # 0923884829 autor del trabajo de titulación: **“Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa de una Empresa Comercial y Propuesta de Balance Social”** previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 septiembre del 2017

Zambrano Toscano, Josseline Daniela

C.C: 0923884829



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa de una Empresa Comercial y Propuesta de Balance Social"		
AUTOR(ES)	PITER ANDRES ANDRADE MEJÍA JOSSELINE DANIELA ZAMBRANO TOSCANO		
REVISOR/TUTOR	CPA. LAURA GUADALUPE VERA SALAS, MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Contabilidad y Auditoría, CPA		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	124
ÁREAS TEMÁTICAS:	Ética Empresarial, Medio Ambiente, Calidad de vida		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Balance Social, Responsabilidad Social, Imagen Corporativa, propuesta, perjuicios, remediación ambiental.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El objetivo de la presente investigación fue identificar los recursos que las empresas comerciales en Guayaquil necesitan para desarrollar actividades de Responsabilidad Social Empresarial, solucionando problemas como: deficiente imagen corporativa, dificultad para mantener cartera de clientes y poco atractivo para los inversionistas. Para obtener la información que permitió avanzar con este trabajo, se realizaron entrevistas a empresarios, clientes y proveedores, determinando que lo deseable es que las empresas destinen más inversión en prestaciones laborales, inclusión social y planes de remediación ambiental. Simultáneamente, se presenta una propuesta de Balance Social para mostrar los recursos a utilizar y los gastos en los que se incurre al aplicar estas actividades en la empresa.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2429828/ +593-4-865012	E-mail: piter.andrade@cu.ucsg.edu.ec Josselinezambrano66@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Yong Amaya, Linda Evelyn		
	Teléfono: +593-4- 2200804 ext.1609		
	E-mail: linda.yong@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			