
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y BALANCE SOCIAL *

•
Juan Guillermo Correa Jaramillo**

•
Recibido: marzo 20 de 2007
Aprobado: octubre 10 de 2007

RESUMEN

El término responsabilidad social corporativa se utiliza frecuentemente en dos contextos diferentes: para describir lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo. Es decir, un enfoque descriptivo y uno normativo. Las acciones sociales del sector privado complementan el quehacer estatal. Son numerosos los ejemplos en los cuales el sector privado está realizando una contribución importante. Es necesario considerar que la tendencia hacia la globalización ha creado nuevos retos para el sector privado en lo relativo a sus obligaciones y responsabilidades con respecto a la sociedad en general. El objetivo de este texto es lograr una aproximación y diferenciación de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. La principal conclusión a la que se llegó es que las empresas objeto de estudio no aplican un modelo para la elaboración del balance social y que no construyen indicadores de gestión social propios.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social empresarial, balance social, políticas y acciones sociales, filantropía, sostenibilidad.

CLASIFICACIÓN JEL

M100; M140; M190; M420

* Este artículo se deriva del proyecto de investigación: "Alcances de la responsabilidad social empresarial en las organizaciones de servicios del Valle de Aburrá", realizado en forma conjunta por profesores - investigadores de la Universidad de Medellín y de la Fundación Universitaria Luis Amigó, durante los años 2005 y 2006. El grupo de investigación estuvo conformado, además del autor de este artículo, por los docentes: Yaquelin Román Castaño, Yomar Javier Sánchez Caicedo y Oscar Mauricio Olarte Mejía.

** Administrador de Negocios - Universidad Eafit, Especialista en Mercadeo Financiero - Wharton School (Penn. University), Programa de Desarrollo Directivo - PDD (Inalde - Universidad de La Sabana), Magister en Educación de la Pontificia Universidad Javeriana. Líder del Grupo de Investigación en Cultura e Historia Empresarial de la Universidad de Medellín (Categoría B de Colciencias). Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Medellín. Email: jcorrea@udem.edu.co

HISTORICAL EVOLUTION OF ENTREPRENEURIAL SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL BALANCE CONCEPTS

ABSTRACT

The term "corporate social responsibility" is frequently used in two different contexts: to describe what a company is actually executing and to describe what it should be executing. That is, one descriptive approach and one normative approach. Public sector's social actions are a complement to governmental actions. There are innumerable examples in which private sector is making an important contribution. It is necessary to take into account that a trend toward globalization has brought new challenges for private sector in relation to its obligations and responsibilities in relation to society in general. The objective of this article is to achieve an approach and a differentiation of both concepts: entrepreneurial social responsibility and social balance. Main conclusion is that companies subject matter of this study do not apply a model to make a social balance and that they do not construct their own social management indicators.

KEY WORDS

Entrepreneurial social responsibility, social balance, policies and social actions, philanthropy, sustainability.

JEL CLASSIFICATION JEL

M100; M140; M190; M420

Introducción. 1. Aproximación histórica a los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social en el plano internacional 2. Responsabilidad social empresarial en el contexto colombiano. Conclusiones

INTRODUCCIÓN

En las dos últimas décadas del siglo pasado, se comienza a debatir más ampliamente el término *responsabilidad social corporativa* y en diferentes ámbitos académicos y empresariales, es aceptado cada vez más. En un sentido más general, la responsabilidad social corporativa puede describirse como la responsabilidad que la empresa tiene o asume frente a la sociedad en general. Otro concepto que ha ganado una amplia aceptación es el de sostenibilidad, el cual surge de la creciente preocupación mundial sobre el ambiente.

En consecuencia, el término ha sido objeto de un uso más extenso, cubriendo igualmente áreas tales como: derechos humanos, aspectos laborales y corrupción. El término responsabilidad social corporativa se utiliza frecuentemente en dos contextos diferentes: para describir lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo. Es decir, un enfoque descriptivo y uno normativo.

Las acciones sociales del sector privado complementan el quehacer estatal. Son numerosos los ejemplos en los cuales el sector privado está realizando una contribución importante. Es necesario considerar que la tendencia hacia la globalización ha creado nuevos retos para el sector privado en lo relativo a sus obligaciones y responsabilidades con respecto a la sociedad en general.

El propósito de este artículo es explorar la evolución histórica de la responsabilidad social empresarial y el balance social, en el medio nacional e internacional, para construir un referente teórico y conceptual que permita establecer similitudes, diferencias y alcances entre los dos conceptos.

Las fuentes y referencias bibliográficas consultadas fueron amplias, pero las principales son: el estado del arte de la Responsabilidad Social Empresarial, elaborado por la Caja de Compensación Familiar de Antioquia – Comfama (2003), el Libro Verde de la Unión Europea y los lineamientos del Pacto Global de las Naciones Unidas (CE, 2001), aunque en la construcción teórica se consideraron otras fuentes y autores, tales como James Austin (Dinero, 2000) y Perdiguero (2003).

Con base en estas fuentes, se pudo lograr una aproximación a los conceptos, semejanzas y diferencias entre responsabilidad social empresarial y balance social, en el contexto internacional y en Colombia. Además, se incluyeron los organismos promotores de la RSE y los modelos que éstos han diseñado, tales como el Manual de Balance Social de la Asociación Nacional de Industriales y de la Organización Internacional del Trabajo (ANDI – OIT) y de la Corporación Colombiana de Responsabilidad Empresarial – CCRE, entre otros.

Entre las conclusiones que se mencionan en este artículo está que la mayoría de empresas, en nuestro medio, confunden los dos conceptos y algunas creen que al elaborar el balance social, ya tienen un plan de responsabilidad social.

Esa es la razón por la cual deseo invitar a la comunidad académica en general para que se interese por formular otros proyectos, y por programar diversos eventos donde se presenten ponencias y *papers* relacionados con la temática de la responsabilidad social empresarial.

1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y BALANCE SOCIAL EN EL PLANO INTERNACIONAL

Es necesario romper la dicotomía Empresa – Estado y la dicotomía Empresa – Sociedad. La sociedad somos todos, pues todo ser humano, independientemente del sector en el que se ubique, tiene obligaciones sociales. En este orden de ideas, debemos dejar de ser sociedades

individualistas, es decir dejar de pensar que el individuo lo que tiene, es porque lo merece (Alvira, 2001, pp. 12).

Para comenzar a adentrarse en el tema de responsabilidad social empresarial, como tal, es importante ubicarse en la evolución histórica del concepto para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Se parte, entonces, de un análisis evolutivo, integrado en fases, a saber:

- **Fase inicial**

Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse.

- **Fase primera**

Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.

- **Fase segunda**

Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.

- **Fase tercera**

En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan en-

contrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

En este sentido, la empresa, el Gobierno y la sociedad se han ido interrelacionando, de tal forma que han ido cambiando sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los distintos participantes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales.

Adicionalmente a las estructuras de las fases citadas anteriormente, se hace importante considerar la dinámica del cambio. Para confirmar lo expresado anteriormente, el profesor Austin (Dinero, 2000, pp. 65) de Harvard Business School, afirma:

Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad. Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad.

Además, el profesor Austin plantea que las relaciones entre las empresas privadas y las organizaciones sin ánimo de lucro evolucionan en tres etapas: filantrópica, de transacción y la integrativa, siendo esta última la más beneficiosa para tales relaciones.

Esa dinámica de cambio, entonces, se ha fundamentado en elementos como:

- **Cambios de la sociedad:** los cambios en los valores sociales conllevan una crítica al orden social existente, implicando nuevas exigencias sociales a las organizaciones.

- **Cambios en la relación organización / sociedad:** la concentración de poder en pocas organizaciones implica mayor control sobre las mismas, ya que no pueden dar nuevas formas a la sociedad.
- **Cambios internos en la organización:** la creciente dispersión de la propiedad de las organizaciones trae consigo que las decisiones empresariales se tomen con mayor cautela, incorporando el sistema de arbitraje.

Algunos apartados retrospectivos de la filosofía empresarial que tienen vigencia en el mundo capitalista actual, son:

En 1776, Adam Smith expresó en su libro *Riqueza de las Naciones*:

No es de la benevolencia del carnicero o el panadero que esperaremos nuestra cena, sino de su propio interés. Satisfacemos nuestras necesidades, no de su humanidad, sino de su amor propio" (Smith, 1978, pp. 72). Luego, Karl Marx describe al capitalismo como "una forma de explotación egoísta" (Marx, 1987, pp. 156).

En el 2000, la revista *Forbes*, manifiesta: "*El capitalismo ha ganado la victoria sobre otras ideologías en el debate económico. Ahora le falta ganar el debate moral*" (Forbes, 2000, pp.11). En plena era del neoliberalismo, los capitalistas del mundo se están viendo obligados a defenderse.

En el siglo XX, como ya se había considerado en las fases mencionadas, las acciones de RSE se incrementaron, especialmente en la década de 1930, a raíz de la gran depresión, ocasionada por la crisis bursátil, la cual trajo como consecuencia el desempleo masivo y la pobreza que debió afrontar la mayoría de la población, no sólo en Estados Unidos, sino también en Europa y Latinoamérica. Entre los años 50 y 60, se adqui-

rió más conciencia por parte del sector privado norteamericano, de la necesidad de impulsar causas sociales, ya que como lo indica Baltazar Caravedo: "*Lo que estuvo funcionando con relación a la acción de proyección social fue la caridad del empresario, pero no la acción de la empresa*" (Caravedo, 2004, pp. 68). Surgen, entonces, a partir de la década de 1950, mecanismos tributarios en Estados Unidos, para incentivar las contribuciones caritativas, lo cual representaba menores impuestos para las empresas. A partir de la década de los 60, algunos empresarios norteamericanos, entre ellos Thomas Watson de IBM y David Rockefeller de Chase Manhattan Bank plantean la idea de la Responsabilidad Social Empresarial.

También, durante la segunda parte del siglo XX, se gesta la sensibilidad social frente a los temas éticos, por la evolución de los públicos y por la constante preocupación social sobre una ética en los negocios, desencadenando los siguientes factores:

- Aumento en el nivel de la educación, fenómeno que influye indudablemente sobre la preferencia del público por los productos con alto valor agregado.
- "*La facultad del consumidor de comparar los productos entre ellos, para elegir el que responde a los criterios culturales deseados, lo que genera como resultado que el precio del producto no sea el principal determinante de la demanda*"¹.
- Mayor conocimiento de los miembros de las organizaciones (Talento Humano), sobre los derechos laborales y de los instrumentos para obligar al respeto de estos, a partir del contacto con organizaciones sindicales y por mayor acceso a la información a partir del rápido desarrollo de las tecnologías de la información.
- Evolución de las regulaciones en materias sociales, económicas, penales, entre otras, ya que

¹ Planteamiento de Consumers International, la cual es una voz independiente que en el plano internacional defiende los intereses de los consumidores. Este movimiento tiene afiliadas 220 organizaciones, en 115 países, www.consumersinternational.org.

una de las tendencias del derecho moderno es su mayor pretensión de proteger a los actores sociales en situación de inferioridad. Cuando se trata de los derechos de los trabajadores y de los consumidores, frente al poder de la empresa, es necesaria la defensa de valores fundamentales: lucha contra la corrupción, protección del medio ambiente, de los derechos humanos y la intervención en la regulación de los mercados, con el propósito de evitar prácticas desleales.

- Se generan cambios en las organizaciones fruto, entre otros, de varios factores: el empresario, a la vez hombre de negocios y ciudadano, es más sensible a los valores éticos defendidos por la sociedad, y la estructura del mercado evoluciona, dejando de estar centrada en la producción y comercialización de bienes, adquiriendo mayor importancia el sector de los servicios.

Otras influencias que han determinado la evolución de la RSE son: la globalización, la liberalización del comercio y sus reformas regulatorias, el desarrollo ambiental sostenible, los códigos de buen gobierno, la acelerada degradación del medio ambiente y la exclusión de sectores de la sociedad como resultado del desarrollo, entre otras.

En la década de 1990, la competitividad es un factor clave en la supervivencia de las organizaciones, las cuales debe atraer a los clientes con argumentos diferenciadores. Luego, la actitud responsable de la organización es, quizá, el más importante de estos argumentos. De este modo, la organización presenta una imagen transparente al público, lo cual se traduce en beneficio; es una actividad planificada y proactiva, emprendida por las empresas como consecuencia de una orientación hacia la responsabilidad social y de sus políticas de mercadeo, ya que si éstas no se adaptan, pueden perder competitividad.

Es por ello que surge la necesidad de realizar negocios en un contexto favorable, buscando garantizar un ambiente social donde exista estabilidad, ética, educación y desarrollo. Una nueva filosofía está surgiendo en las economías capitalistas del mundo, impulsada por uno de los grupos de interés más poderosos: los clientes-consumidores.

"Las encuestas demuestran que en Estados Unidos y Europa, el 70 u el 80 % de los consumidores toman en cuenta el perfil de la compañía antes de comprar" (Cano, 2006, pp.14), dice William Stephen Jordan, representante del Center for Corporate Citizenship, un instituto dedicado al estudio y fomento de la responsabilidad social y ciudadanía corporativa. Jordan pronostica que *"La responsabilidad social es una idea que está tomando auge. En un futuro cercano, en América Latina, la mayoría de las organizaciones van a ver sus ventajas y seguirán las mismas estrategias"* (Cano, 2006, pp.15). La noción de que las organizaciones debían comportarse con base en principios de responsabilidad social empresarial surgió en los años 80, cuando las organizaciones empezaron a percibir que las relaciones con el entorno, típicamente adversas, no eran convenientes.

Pero en qué se diferencia la responsabilidad social de la clásica "filantropía". El punto clave es que no se trata de propaganda, sino de una búsqueda de competitividad a largo plazo. La realidad es que la relación entre organizaciones y comunidad no descansa sobre la base de que yo gano si tú pierdes; sino, yo gano, si tú ganas. Según Jordan², en muchos casos,

... las compañías ni siquiera publican que están realizando un programa de ayuda social. Este es el caso del fabricante de aviones, Boeing, que donó un millón de dólares al United Way Fund, después de los ataques al World Trade Center en el año 2001,

2 Economista. Profesor emérito de Princeton University y del C.V. Starr Center for Applied Economics, de New York University, el cual dirige. Sus contribuciones a la economía se centran en dos áreas: el modelo de Tobin-Baumol y su teoría del crecimiento económico.

no dijeron nada, porque algunos de los aviones eran de ellos, no querían que la gente interpretara ese gesto de forma equivocada. Entregaron una gran donación, pero tenían el temor de que fuera mal interpretada (Cano, 2006, pp.15).

Algunas organizaciones deciden publicar y dar a conocer sus programas, a través de la publicación de informes sociales o balances sociales. En el informe social de HOCOL, empresa que se dedica en Colombia a la exploración y explotación de combustibles, ésta manifiesta:

En Colombia contribuimos a generar desarrollo, educación y crecimiento a través de la Fundación HOCOL, la cual participa activamente en la Fundación del Alto Magdalena, la Fundación Oleoductos de Colombia y la Corporación Acción por Bolívar – Actuar Famiempresas. HOCOL también fortalece la construcción de una sociedad democrática a través de la colaboración con instituciones y corporaciones locales, nacionales y extranjeras y asume su responsabilidad social considerando sus políticas desde el respeto por la dignidad humana hasta un estricto cuidado de sus operaciones y una filosofía basada en el trabajo en equipo (Balance Social HOCOL, 2005, pp. 5).

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, de cualquier sector económico, aunque también en empresas, públicas y privadas, incluidas las pequeñas y medianas empresas - pymes y las cooperativas. La realidad es que el criterio de voluntariedad no obliga legalmente a las organizaciones a ser socialmente responsables, pero el mercado sí ha aprendido a diferenciar entre empresas comprometidas con causas sociales y aquellas que no lo están.

No sólo en los países desarrollados, sino también en América Latina, en Asia y en África, las organizaciones están interesadas en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que ésta puede contribuir positivamente a sus objetivos estratégicos. En Lisboa,

en 1997, durante una reunión ministerial de los países de la Unión Europea, se adoptó el Libro Verde, en el cual se expresa que ese bloque de cooperación desea:

... convertirse en la economía basada en el conocimiento, más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social (CE, 2001, pp. 32).

El Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas en los planos europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los grupos de interés desempeñen un papel activo.

Los anteriores planteamientos dan origen al siguiente cuestionamiento: ¿Hay mayor conciencia por parte de las organizaciones de la necesidad de mejorar su entorno o es que, al contrario, el entorno "*obliga*" a las organizaciones a trabajar los temas sociales de forma más activa?

Lo que define, en esencia, la moralidad y la racionalidad del empresario es si está o no en el negocio. Si las reglas de juego sociales lo permiten, los incentivos empresariales pueden distorsionarse. Pero con restricciones sociales adecuadas, la economía de libre empresa es el motor poderoso de la prosperidad colectiva. Las funciones empresariales tienden a condensarse en la junta directiva y la alta dirección. Las funciones dominantes influyen en el perfil del liderazgo. Se trata de cómo formar líderes capaces de defender los intereses de la empresa y lograr resultados. Baumol (1993, pp. 45) considera que los empresarios pueden cumplir dos tipos de funciones: productivas, cuando crean valor para la empresa y para la sociedad; improductivas, cuando se logran beneficios para las empresas a costa de

la sociedad; mediante la obtención de rentas ya sea por acciones en el mercado, o bien por influencia ante las autoridades gubernamentales. El empresario va a tender a actuar de manera productiva si hay reglas de juego aceptadas, estables, claras, no arbitrarias; pero actuará de modo improductivo o destructivo, si las instituciones y el sistema democrático son manipulables, las autoridades altamente influenciables, y las reglas de aplicación discrecional. Ahí está una gran parte de la diferencia entre el desarrollo y el subdesarrollo, en la calidad y solidez de las instituciones.

1.1 Aproximación al concepto de responsabilidad social empresarial

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

No obstante, la responsabilidad social empresarial no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas nor-

mas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la conformación de leyes o reglamentos adecuados, con el propósito de definir un entorno uniforme, a partir del cual sea posible desarrollar prácticas socialmente responsables.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social empresarial ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores económicos, desde las pymes a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas pymes ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación en el entorno próximo, lo local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas.

1.2 Aproximación al concepto de balance social

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

Consiste en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales, según la naturaleza y los intereses de la actividad empresarial, volcada en un documento de alcance público, donde se puedan cuantificar los datos. El desarrollo del concepto de comparabilidad de este instrumento permite obtener conclusiones de las fortalezas y debilidades del accionar encarado por los entes informantes en materia social. Si bien su objetivo inmediato pareciera ser la satisfacción de necesidades de información de un sector limitado de los grupos de interés, el objetivo final es el beneficio de toda la sociedad.

El documento debe reflejar con objetividad e integridad la situación real de la institución, explicitando tanto los impactos positivos como negativos del período considerado. Al igual que el balance económico, el Balance Social tiene un nivel de elaboración técnica que le es propio.

Se basa en tres principios:

- Comportamiento ético en los negocios: involucrarse en prácticas honestas y transparentes, establecer altos estándares de comportamiento para sus empleados, ejercer un control ético en los niveles ejecutivos y de la Junta Directiva.
- Compromiso con los *stakeholders* (grupos de interés): mantener un diálogo genuino que manifieste los valores de una institución respecto a la comunidad, invirtiendo en ella e impulsando una relación recíproca entre ésta y la organización; los consumidores, respetando sus derechos, ofreciendo productos y servicios de calidad y suministrándoles información verdadera y útil; los empleados, promoviendo un entorno de trabajo amigable, involucrándose en una gestión del talento humano de forma responsable, estableciendo un sistema de remuneraciones y recompensas equitativas, manteniendo con ellos una comunicación abierta e invirtiendo en el desarrollo de las personas; los inversores, brindando un adecuado retorno sobre la inversión; los proveedores, implicándose con ellos en prácticas comerciales transparentes.
- Compromiso con el medio ambiente: diseñar políticas de desarrollo sustentable y moderar el impacto ambiental negativo que genera, a través de programas de reciclaje, tratamiento adecuado de residuos, auditorías ambientales, etc.

Los primeros intentos de exponer públicamente indicadores semejantes a los que hoy caracterizan al balance social (social balance) surgieron a partir de 1966 en los Estados Unidos de Norteamérica con la finalidad de mejorar la ima-

gen pública de las instituciones. En esa época, una coalición formada por liberales, estudiantes, periodistas, consumidores y ecologistas, comenzó a criticar duramente la política de industrialización a ultranza, de publicidad agresiva y de explotación poco afortunada de los recursos naturales por parte de las organizaciones, haciéndolas responsables de la crisis social que atravesaba el país, particularmente en sus principales ciudades. Bajo el concepto de responsabilidad social corporativa (corporate social responsibility) y con la denominación de auditoría social (social audit), se procuró cuantificar en términos monetarios los beneficios y perjuicios sociales directamente relacionados con las políticas laborales emprendidas por las instituciones.

Esta traducción del esfuerzo social de las organizaciones en términos cuantitativos ocultó, de alguna manera, su verdadera faz social, por lo que la concepción norteamericana resultó insuficiente para los investigadores de los países europeos que también comenzaban a preocuparse por el tema. Durante la década de 1970 -tanto en los ámbitos empresariales como académicos europeos- se continuaron elaborando sistemas de información social más complejos, particularmente en Alemania, España, Francia, Holanda e Inglaterra.

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

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

Las normas sobre balance social en los años 60 y 70, por otro lado, fueron en general reactivas y se centraron más en obligaciones y prohibiciones que en aspiraciones o valores a realizar. Hoy en día se propone más un tipo de norma reflexiva que no obliga sino que impulsa a las empresas a ser proactivas y a reflexionar sobre sus prácticas. El período más activo fue el de los años setenta. En los ochenta, en cambio, no hubo evolución de este movimiento debido en parte a la coyuntura económica y a la primacía dada a los intereses de las empresas. La comunidad de negocios, por otro lado, no vio en el balance social una ayuda para mejorar la *performance* corporativa, sino la manera para que otros grupos de interés tuvieran la información necesaria para calificar a las empresas. La falta de capacidad del público de entender y apreciar este tipo de reporte bajó también la demanda de los mismos. En los noventa, se empezaron a difundir las auditorías ambientales. Debido a este hecho, surge en Europa un nuevo movimiento relacionado con las ventajas que implicaba a la empresa la publicación de este tipo de balance. En Latinoamérica, las principales instituciones públicas y privadas de países como Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay publican anualmente sus balances sociales.

Como resumen de los antecedentes descritos, es conveniente destacar que en la medida que la civilización avanza, los requerimientos de transparencia son mayores, entre otras razones, por el altísimo grado de interrelación que tienen la actividad de los diversos agentes. La acción social de un grupo empresarial puede estar relacionada con los recursos naturales, el medio ambiente, la capacitación y educación del talento humano, el desarrollo sustentable, el bienestar de la comunidad, etc. Por tal razón, es de esperar que la demanda de la sociedad vaya *in crescendo* en estos aspectos, exigiendo un nivel mayor de revelación, de cuantificación y de detalle respecto de las políticas sociales. Además, mediante la inclusión de indicadores y tablas comparativas, se podrá ver cómo evolucionan esas políticas en el tiempo, en términos de proporción de los recursos manejados, y en función de otros aspectos

que puedan requerir cambios en las políticas sociales de las instituciones.

El tratamiento del tema de la responsabilidad social y su aplicación en políticas empresariales ha sido dispar en América Latina y el Caribe, fundamentalmente en la década de 1990, en comparación con lo sucedido en Estados Unidos y Europa. Ha generado un número creciente de organizaciones nacionales y multinacionales, grandes, medianas y pequeñas, las cuales aplicaron prácticas sociales efectivas. Esto contribuye a fomentar la idea sobre la necesidad de que las organizaciones establezcan y mantengan vínculos con la sociedad, sin embargo, se trataba más de acciones ocasionales y desarticuladas de la gestión económica y financiera.

En la actualidad, las organizaciones que practican la responsabilidad social empresarial conforman un grupo creciente, en América Latina y específicamente en Colombia. A continuación se especifica de manera más detallada el contexto colombiano en cuanto a las prácticas de RSE.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL CONTEXTO COLOMBIANO

2.1 Aproximación histórica y cronológica en Colombia frente a la responsabilidad social empresarial y al balance social

En la década de 1960 se crean las primeras fundaciones en el país:

1960 – Fundación Codesarrollo, en Medellín

1962 – Fundación Carvajal, en Cali.

1963 – Fundación Corona, en Medellín.

1964 – Fundación FES, en Cali

Así mismo, en 1965, ocurre un acercamiento importante entre la academia y las organizaciones, a través del programa de Maestría en Administración ofertado por la Universidad del Valle, con conferencistas de talla internacional como

Peter Drucker; con ello se buscó generar un espacio en donde por primera vez se debatiera el concepto de responsabilidad social empresarial entre la academia y los empresarios.

La dinámica continúa en la década siguiente:

1977 – Las organizaciones antioqueñas: Fabricato y Enka toman la iniciativa de medir su gestión social a través del primer balance social. También, entidades como el Instituto Colombiano de Administración –Incolda- y la Fundación de Estudios Sociales –FES- patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia”, en donde el objetivo fundamental estaba centrado en la necesidad de unificar los criterios establecidos por la clase dirigente, sobre su papel y contribución en el desarrollo del país.

1979 – La Asociación Nacional de Industriales – ANDI- buscó impulsar la gestión en cuanto a la responsabilidad social empresarial, a través de la elaboración del primer modelo de balance social, basado en el modelo francés.

En esta misma época, el Instituto Colombiano de Administración –INCOLDA- dicta seminarios sobre el tema y realiza un estudio sobre la función social del empresario. Se cuestiona el porqué las organizaciones sólo buscan crecimiento material–cuantitativo.

En la década de 1980, hay acciones concretas para evaluar el impacto de la RSE en las organizaciones colombianas:

1981 – El centro Colombiano de Relaciones Públicas (CECORP) realiza un congreso en Medellín, donde se llama la atención a las organizaciones sobre la necesidad de trabajar en temas, tales como: incorporar el concepto de RSE en el proceso de toma de decisiones; alcanzar objetivos económicos en términos éticos y sociales; efectuar inversiones sociales y proceder por el interés público o común.

1985 – La ANDI junto con la Organización Internacional del Trabajo –OIT- elaboran el manual de Balance Social para Colombia.

Dicha iniciativa está fundamentada en el hecho de proponer el balance social, como una manera de evaluar la inversión social de las organizaciones y los frutos dados, estimulando a algunas grandes compañías a presentar el balance social junto con el balance financiero, al final de cada ejercicio.

1986 – La Cámara Junior de Colombia, capítulo Antioquia, inicia el programa de proclamación de la organización con mayor proyección social.

1987 – La Asociación Nacional de Industriales y la Organización Internacional del Trabajo proponen un modelo de balance social, el cual consigna el cumplimiento y evaluación de la responsabilidad social empresarial. Se convierte entonces en un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar tanto cualitativa como cuantitativamente la gestión social de una organización, frente a metas preestablecidas en un periodo determinado.

En la última década del siglo pasado, se producen cambios institucionales importantes:

1991 – La Constitución Nacional de Colombia introduce el principio de función social de la propiedad, garantizando a los individuos el derecho a la propiedad privada, tratando de que esté al servicio de la sociedad.

1993 – Evoluciona el concepto de responsabilidad social empresarial, el cual es definido por la ANDI de la siguiente manera: “*La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general*” (Manual de Balance Social ANDI – OIT, 2001, p. 12).

Se crea en la ANDI el Comité de Responsabilidad Social Empresarial, cuyo interés es el de incentivar a las organizaciones sobre el tema RSE, porque muchas de ellas vienen realizando acciones valiosas e importantes en algunas regiones y en el plano nacional, aunque muchas otras sólo cumplen con los aspectos legales y aun así muestran niveles de satisfacción altos.

1994 – Surge el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial –CCRE-, organización no gubernamental sin ánimo de lucro, que germina gracias a la iniciativa y los aportes realizados por la Fundación Social y con el apoyo de la Fundación Interamericana (IAF), cuya razón de ser se fundamenta en los procesos de divulgación, promoción, investigación, asesoría de empresas en temas relacionados con responsabilidad social empresarial y la ética de las organizaciones.

1995 – Nace la Corporación Compartamos con Colombia, organización asesora sin ánimo de lucro que busca tener impacto material, en tres frentes estratégicos:

- Brindar apoyo institucional a un grupo selecto de entidades y proyectos sin ánimo de lucro para aumentar su viabilidad y efectividad.
- Incrementar el flujo de donaciones privadas extranjeras hacia Colombia y apoyar su óptima utilización.
- Servir de ejemplo para que empresarios y ejecutivos jóvenes adquieran un mayor compromiso social con Colombia.

1996 - Creación de la Fundación Entretodos, la cual tiene su fundamento en la unión de fundaciones empresariales de Medellín. Esta alianza ejecutiva, participa en proyectos de impacto y promueve la responsabilidad social en aras de la convivencia y el desarrollo en la ciudad.

Siglo XXI:

2003 – Surge el Estado del Arte de la Responsabilidad Social, elaborado por la Caja de Compensación Familiar de Antioquia – COMFAMA-, en convenio con el ICONTEC. Este documento permite el conocimiento en forma más detallada de los instrumentos que hasta el momento existen para medir y evaluar la RSE, (43 en total), entre los cuales se encuentran normas, estándares, premios, y mejores prácticas, los cuales se convierten en un marco de referencia del trabajo que se está realizando en el ámbito internacional, con respecto a la responsabilidad social empresarial. Es, entonces, un documento en permanente actualización.

2004 – Se crea el Comité Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial – CCRSE, el cual se convierte en una herramienta para la gestión empresarial que posibilite, a partir de sus resultados, la construcción y el fortalecimiento de las acciones de responsabilidad social que se desarrollan frente a cada uno de los grupos con los que interactúan las organizaciones. En conclusión, el CCRSE permite:

- Evaluar el desempeño de la organización en cuanto a su gestión de la RSE.
- Construir su estrategia de negocio frente a la responsabilidad social empresarial.
- Mejorar su competitividad a través de la construcción de una guía de RSE.

El comité cuenta con mesas de trabajo en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali.

En Colombia, concretamente, la Asociación Nacional de Industriales y la Organización Internacional del Trabajo propusieron un modelo de balance social en el año de 1987. A partir

de este modelo, se realizó un concurso a cargo de la Cámara Junior de Colombia, Capítulo Antioquia, en el cual se encuestaron diferentes empresas afiliadas a estas entidades para definir anualmente las empresas que elaboraran el mejor balance social.

A principios de la década de 1990, las organizaciones latinoamericanas empezaron a trabajar frente a la realización del balance social, reflejando el cumplimiento de su gestión en el marco de su responsabilidad social empresarial. Algunos han adoptado políticas sociales contempladas en su plan estratégico y hacia ellas encaminan su actuar.

En 1998, según planteamientos de la ANDI: *"El éxito comercial acompañado del fracaso humano no es éxito"* (Revista de la ANDI, 1998, pp. 4). La organización moderna, entonces, acepta que su única responsabilidad social no es producir utilidades en términos financieros; están, además, el compromiso para el desarrollo de sus empleados y del entorno que le rodea, sin estos elementos no se podría ser un buen empleador, un buen competidor o un buen vecino.

En este orden de ideas, la responsabilidad social empresarial trasciende la filantropía y las acciones aisladas para ser parte inherente de su estrategia corporativa, pues las organizaciones son plenamente responsables del impacto en sus trabajadores, en sus clientes, en sus proveedores, en sus acreedores, en la comunidad y en la sociedad. La época actual nos involucra en una realidad altamente cambiante, haciendo que los empresarios, acordes con las circunstancias del día a día, realicen ajustes y busquen estrategias innovadoras con el fin de mantener su supervivencia y continuar trabajando en actividades que propendan por el desarrollo de sus colaboradores.

Así, entonces, lo han entendido la ANDI y la OIT, al promover que las empresas adopten voluntariamente códigos de conducta como

los principios éticos y valores del empresariado nacional, que inspiren su comportamiento en lo que atañe al desarrollo de su talento humano, su gestión ambiental o a su interrelación con los clientes, los gobiernos, los proveedores y las comunidades en las que desarrollan sus actividades.

2.2 Definiciones de responsabilidad social empresarial y balance social en Colombia

Según el Manual de Balance Social de la ANDI, en su versión del año 2001, se pueden considerar las siguientes definiciones:

Responsabilidad social empresarial, entendida como la respuesta que la organización debe dar a las expectativas en los sectores con los cuales ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.

Esto significa que la responsabilidad social empresarial es al mismo tiempo interna y externa. La primera concierne a su talento humano, el cual tiene sus propias expectativas y objetivos complementarios a los de la organización, aunque no idénticos, y en cuya satisfacción ella debe participar. La segunda tiene que ver con los demás sectores con los cuales la organización tiene relación, considerándolos no como entes aislados y anónimos (clientes, proveedores, accionistas, distribuidores, sociedad, entre otros) sino como grupos que tienen sus propias expectativas y a las cuales la organización puede responder, y de hecho en Latinoamérica y más concretamente en Colombia, hay ejemplos de múltiples acciones.

El cumplimiento de la responsabilidad social empresarial es fruto de la convicción que la empresa tenga del modo en que su labor influye en los diferentes sectores y en entender que ella misma se desarrolla gracias a la labor de los hombres y al aporte de la comunidad.

De la convicción con que la organización asuma su responsabilidad social empresarial, surgirá una política social empresarial sentida, aceptada y aplicada voluntariamente. De otra forma, es producto de una acción impositiva proveniente de sindicatos, ligas de consumidores, políticos, grupos de presión, entre otros.

En el marco de la responsabilidad social empresarial y en su cumplimiento, hay que considerar la escala de valores de quienes conducen el proceso de dirección; ésta determinará los aspectos de la responsabilidad social que decida voluntariamente asumir la organización. La responsabilidad social empresarial se puede entender, entonces, como la respuesta que la organización asume libremente ante las expectativas de los sectores con los cuales se relaciona, en la perspectiva de un desarrollo integral.

El balance social surge, entonces, como aquel instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la organización. Se convierte, así, en un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos, el desempeño social de la organización en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.

En síntesis, es importante diferenciar los conceptos de balance social y responsabilidad social empresarial, ya que el primero hace parte de todo un proceso, el cual, al finalizar cada periodo y de acuerdo con los resultados de su análisis, brinda información necesaria para evaluar el cumplimiento del segundo concepto, frente a metas establecidas en los planos interno y externo de cada organización. La implementación de unas políticas de RSE y de un plan estratégico coherente requiere el apoyo de la alta dirección de las organizaciones.

CONCLUSIONES

- En el contexto colombiano, no existe claridad en los conceptos de política social, in-

forme social, balance social, responsabilidad social empresarial y *stakeholders* o grupos de interés.

- El concepto de balance social está inmerso en el de responsabilidad social empresarial, porque el primero está relacionado con la evaluación de la gestión social, es el instrumento para divulgar y retroalimentar el compromiso de las empresas con los diferentes grupos de interés. Actualmente, en el país, la divulgación está focalizada en las asambleas de accionistas o juntas de socios.
- El tema de responsabilidad social se trabaja, en las empresas colombianas, de acuerdo con parámetros propios; esto significa que no hay modelos que les sirvan como guía para la construcción del balance social y para gestionar lo social como elemento primordial de su quehacer con los entornos en los que actúa. Sin embargo, algunas de ellas han considerado los modelos de balance social de la Asociación Nacional de Industriales y del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. La información contenida en algunos informes de balance social no tiene un formato estandarizado, lo cual puede responder a intereses particulares de cada organización.
- Existen diferencias en los enfoques de balance social y de responsabilidad social empresarial entre las organizaciones colombianas, según pertenezcan a los sectores público, privado o social. Estas diferencias son válidas, de acuerdo con la naturaleza social, el tamaño y el compromiso de la alta dirección de cada organización.
- No existen definiciones en la construcción de indicadores de gestión social, por lo tanto, a las organizaciones se les dificulta medir, retroalimentar y formular planes de mejoramiento en las acciones de responsabilidad social empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, D. y De la Torre J. (2002). ¿Empresas desalmadas? Una visión ética del mundo empresarial. Madrid: Editorial Dykinson.
- ALVIRA, Rafael (2001). Cuadernos de Humanismo – Instituto de Empresa y Humanismo (Universidad de Navarra). Pamplona. p.12
- ARGANDOÑA, A. (1994). La ética de la empresa. Madrid: Instituto de Estudios Económicos.
- ARIZKUREN, A. (1995). Una aproximación al ambiguo concepto de responsabilidad social de la empresa. ED 89. Estudios Empresariales.
- BAUMOL, William J. (1993). Entrepreneurship, management and the structure of profit. New York University, New York, p. 45
- BENTLEY, College (1996). Origins of a Movement, Center for Business Ethics, Waltham MA, 21 pp.
- CANO Sanz, Carlos Gustavo (2006). EL Tiempo, Casa Editorial El Tiempo – CEET. Bogotá, 07 / Febrero / 2006, p.15
- CARAVEDO, Baltasar, (2004). El nuevo significado de la empresa. Revista Punto de Equilibrio. Universidad del Pacífico. Lima (Perú). p. 65.
- COMFAMA (2003). Estado del arte de la responsabilidad social. Publicación de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia.
- CE (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS) (2001). Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, 18 – 07 – 2001; documento COM, Bruselas.
- CORTINA, Adela (1998). Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Editorial Trotta, 3ª ed. pp. 17-50.
- CORTINA Adela (1998). Ética, empresa y responsabilidad social”. En: Cortina Adela, Conill Jesús, Democracia participativa y sociedad civil. Una Ética Empresarial. Santa Fe de Bogotá: Siglo del Hombre Editores, pp. 29-30 ; 50-56.
- DE GEORGE, Richard (1993). Competing with Integrity in International Business, Oxford University Press, New York/ Oxford, p. 56.
- DINERO (2000). Entrevista al Profesor James Austin de la Harvard Business School, Bogotá, p. 65
- EDWARDS John K. (1996). La inversión social, una decisión rentable. En: Toro Olga L., Rey Germán, Eds. Empresa privada y responsabilidad social. Bogotá: Impreandes Presencia, pp. 236- 239.
- FORBES (2000), No 9, Septiembre de 2000. p.11.
- FRIEDMAN, Milton (1970), The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. New York Times Magazine, September 13.
- HOCOL (2006). Balance social 2005. Publicación de la empresa Fundación HOCOL, p. 5
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (1982). Responsabilidad social y balance social de la empresa. Madrid: Fundación MAPFRE.
- MARX, Karl, (1987). El Capital. México: Editorial Fondo de Cultura Económica. p. 156.
- OIT, ANDI Y Cámara Junior de Colombia – Capítulo Antioquia (2001). Manual de Balance Social – versión actualizada. Medellín: Ed. Gráficas Pajón. p. 12.
- PERDIGUERO, Tomás G. (2003). La responsabilidad social de las empresas en un mundo global. Barcelona: Editorial Anagrama. pp. 13-19
- RAWLS, J. (1978) Teoría de la justicia. México: Fondo de Cultura Económica
- RESTREPO, Henao Luis Fernando, (1999). Balance social como herramienta de gestión. Revista Andi, marzo-abril, pp.76-78
- RESTREPO VÉLEZ, Clara Inés (1994), Compromiso social y liderazgo empresarial. Fundación Corona, Santa Fe de Bogotá: Editora Guadalupe, p.15

RESTREPO, Alberto (2000). Lo social es la estrategia. Bogotá: Revista Dinero, N° 105, Bogotá, p.70.

REVISTA ANDI (1998). Editorial. No 154, Bogotá, p. 4

SAVATER Fernando (1998), La dimensión ética de la empresa. Colombia: Siglo del hombre Editores, p. 33. ss.

SMITH, Adam, (1978). La riqueza de las naciones. México: Fondo de Cultura Económica. p. 72.

TENZER, Nicolás (1992), La sociedad despolitizada. Barcelona: Paidós, p.66 ss.

TIME MAGAZINE (1986), «Going After the Crooks», December 1, pp. 48-56.

WHITE, Thomas I. (1993), Business Ethics. A Philosophical Reader, Prentice Hall, New Jersey, pp. 1-27.