

# Las empresas, la RSE y el balance social

Heiver Andrade Franco, Miembro de **AMIGARSE**

Los cambios que hoy en día experimentamos, la incertidumbre que impera, los desafíos que la Asamblea Constituyente nos impone, la fragilidad y debilidad de nuestro tejido social; nos invitan a reflexionar y pensar en la imperiosa necesidad del rol que tienen que jugar cada uno de los tres sectores de la sociedad -Gobierno, empresa y sociedad civil.

En el caso del sector empresarial, está claro que vivir en un mundo globalizado, en el que la democratización de la información permite a los consumidores y a la sociedad en su conjunto tener acceso inmediato a las nuevas tecnologías, lo cual incide de manera directa en el valor y reputación de las empresas y con mayor énfasis en las marcas globales, se constituye en una excelente oportunidad para que las compañías busquen mecanismos que permitan ampliar el diálogo con todos sus públicos de interés. Y uno de esos mecanismos, sin duda alguna, es el **balance social**.

Al parecer, en estos primeros años del nuevo siglo, a la **ciudadanía responsable** ya no sólo le interesa saber “qué hace la empresa”, sino “cómo lo hace”. Y es por esto que los indicadores del Global Reporting Initiative, los de ETHOS y los Principios del Pacto Mundial se han convertido en herramientas fundamentales que permiten a las empresas no sólo medir sus impactos sociales y proyectarlos, sino también tener la oportunidad de comunicarlos.

Sabemos que el Consejo Boliviano de Responsabilidad Social (COBORSE), entre sus diferentes actividades, ha trabajado durante 2005 en identificar a las empresas<sup>1</sup> de nuestro país que están aplicando este **nuevo modelo de gestión** con el fin de sistematizar sus experiencias. Estas compañías, que a la fecha continúan realizando importantes y/o interesantes inversiones sociales según las necesidades, regiones, contextos socio-culturales, y buscando siempre generar mayor **rentabilidad social**, han optado por la política de traducir estos resultados en un **balance social**.

## Para mostrar resultados

Es en este contexto que también las demás empresas u otro tipo de organizaciones necesitan comunicar el éxito o los desafíos de sus estrategias socioambientales, así como la coherencia ética de sus operaciones, mostrando lo que hacen en beneficio de sus trabajadores, sus colaboradores, la comunidad y la sociedad.

---

<sup>1</sup> MEGES-Modelos Empresariales de Gestión Sostenible, 1ra Edición, Septiembre 2005, elaborado por la Fundación Emprender, con apoyo del CEDES BOLIVIA, W.K. Kellogg y Fundación Avina. En el que se muestran 14 casos de Empresas que están aplicando este nuevo Modelo de Gestión Empresarial - Responsabilidad Social Empresarial.

Estudios especializados han comprobado que el compromiso de una empresa o grupo corporativo con el futuro de los recursos naturales y humanos es decisivo para su imagen frente a la opinión pública. Una investigación realizada en Brasil el 2004, por ejemplo, reveló que el 44 por ciento de los encuestados considera que las empresas deben ir más allá del cumplimiento de sus obligaciones básicas; el 17 por ciento de los consumidores afirmó que al menos una vez, a lo largo del año anterior, dio preferencia a un producto o servicio de una empresa considerada **socialmente responsable**.

Eso significa que la Responsabilidad Social Empresarial no trae a la compañía solamente una buena reputación, sino que también ella se ve asociada a una mejor gestión, reflejada en una serie de factores como la reducción de problemas jurídicos y fiscales, un mayor compromiso de parte de sus empleados, una baja incidencia de accidentes de trabajo, el incremento en las ventas, entre otros.

### ¿Qué es el balance social?

Según el Instituto ETHOS, puede ser definido como **“el reporte anual producido voluntariamente por la empresa luego de una ‘auditoría interna’ para identificar su grado de responsabilidad social. Esta ‘auditoría interna’ busca entender la gestión del negocio y evaluarla según criterios ambientales, socioeconómicos, en los diversos niveles: políticas de buena gobernanza corporativa, valores, visión de futuro y desafíos propuestos”**.<sup>2</sup>

Son tres las instituciones que trabajan seriamente en una metodología que permita garantizar la información mínima que debería contener el balance social, con el fin de garantizar su transparencia:

1. El Instituto Brasileño de Análisis Social y Económico (Ibase)<sup>3</sup>
2. El Instituto ETHOS
3. The Global Reporting Initiative (GRI)<sup>4</sup>

Es también verdad que existen otros documentos que presentan un formato definido, en general, por la misma área de comunicaciones de la compañía y no contienen las informaciones exigidas por ninguno de estos modelos o patrones; se da el caso, entonces, de una opción de la empresa por crear formatos propios, establecidos dentro de su estrategia de comunicación. Otras, en cambio, adoptan mezclas de diferentes modelos en busca de mayor transparencia y calidad.

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que:

---

<sup>2</sup> Balance Social y la Comunicación de la Empresa con la Sociedad, Manual del Instituto ETHOS del Brasil. Traducidos al idioma Español por REDES del Paraguay y la Fundación Emprender de Bolivia, con la autorización de ETHOS : [www. Ethos.org.br](http://www.Ethos.org.br)

<sup>3</sup> [www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)

<sup>4</sup> [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

Si el contenido del documento no incluye mínimamente la información básica sugerida por el Ibase, ese producto corre el riesgo de ser considerado una pieza de marketing corporativo y no un balance social legítimo.

Por tanto, y considerando el momento que atraviesa el país y las experiencias existentes al respecto, se hace necesario que las demás empresas tomen la decisión y se animen a mostrar su cultura organizativa basada en principios y valores; que transparenten su inversión social y comuniquen los impactos que generan en bien de la sociedad. Es por eso que pensamos que sería oportuna la utilización de este instrumento, de tal modo que también la sociedad premie a las que por justicia les corresponde y les brinde un merecido reconocimiento.

La coyuntura obliga y la oportunidad está a nuestro alcance. ¡Ánimo y vamos hacia adelante!

Visite: [www.amigarse.org](http://www.amigarse.org), consúltenos a: [amiga\\_rse@hotmail.com](mailto:amiga_rse@hotmail.com)