



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**FUNCIÓN DEL BALANCE SOCIAL**

PRESENTADO POR  
**BRENDA INES PLASENCIA LEON**

ASESOR  
**LUIS ENRIQUE EDUARDO ELÍAS VILLANUEVA**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**FUNCIÓN DEL BALANCE SOCIAL**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR  
BRENDA INES PLASENCIA LEON**

**ASESOR  
MAG. LUIS ENRIQUE EDUARDO ELÍAS VILLANUEVA**

**LIMA, PERÚ  
2020**

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
ÍNDICE.....	ii
INTRODUCCIÓN .....	iii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1. Descripción de la situación problemática.....	5
1.2. Formulación del problema .....	6
1.3. Objetivos de la investigación .....	7
1.4. Justificación de la investigación.....	7
1.4.1. Importancia de la investigación .....	7
1.4.2. Viabilidad de la investigación .....	8
1.5 Limitaciones del estudio.....	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Antecedentes de la investigación .....	10
2.1.1. Antecedentes nacionales .....	10
2.1.2. Antecedentes internacionales .....	11
2.2. Bases teóricas .....	12
2.2.1. Balance social .....	12
2.2.1.1. Ámbito Económico .....	16
2.2.1.2. Ámbito Social .....	19
2.2.1.3. Ámbito Ambiental .....	22
2.3. Definición de términos .....	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	28
CONCLUSIONES .....	31
REFERENCIAS .....	33

## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social corporativa lleva décadas siendo un tema de interés para toda la sociedad, quienes hacen posible que más organizaciones se sientan obligadas a hacerlas parte de su gestión. Esto siendo contrario a lo que esta responsabilidad supone, ya que su aplicación debería ser de carácter voluntario. Sin embargo, las organizaciones no pueden ignorar los pedidos de sus públicos.

Para poder demostrar de manera clara y concisa el trabajo que hacen respecto a esta gestión responsable recurren a una herramienta que permite su comunicación: el balance social. A través de ella se puede visualizar la transparencia y el compromiso que tienen las organizaciones con la sociedad. Además, sirve como un precedente para comparar con la futura evolución las organizaciones puedan tener.

El presente plan de investigación tiene la siguiente estructura:

En el **Capítulo I** se muestra el **Planteamiento del Problema**, el cual contiene: la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación de ella, las limitaciones del estudio y la viabilidad de la misma.

En el **Capítulo II**, correspondiente al **Marco Teórico**, se muestran los antecedentes existentes en relación al tema de investigación, se plantean las bases teóricas más importantes que dan pie al análisis de la variable a ser investigada, y se conceptualizan las definiciones de términos básicos usados en la presente investigación.

En el **Capítulo III**, se encuentran los **Resultados de la investigación**, donde se muestran los hallazgos que se han podido encontrar después del exhaustivo análisis de información realizado para resolver las interrogantes establecidas para el presente trabajo.

Finalmente podremos encontrar las conclusiones a las que se llegó sobre el tema investigado para alcanzar los objetivos establecidos.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la situación problemática**

La responsabilidad social corporativa es un tema que ha cobrado muchísima relevancia para todas las organizaciones, ya sean privadas o públicas, debido a los distintos problemas sociales que se presentan. Además de ser una manera de agregar ventajas, tales como: facilitación de toma de decisiones, control de distintos riesgos, y hasta la mejora de la reputación institucional (Moreno, Riquel & Vaca, 2007)

Las organizaciones que la hacen parte de su gestión tienden a desarrollar distintas estrategias para su buena incorporación, y, de igual manera, crean estrategias para comunicar el buen accionar que realizan gracias a esta. Para lograrlo, una de las maneras para mostrarlo es la creación de un balance social.

El balance social es una herramienta que sirve de ayuda para, como su propio nombre lo dice, realizar un recuento de todas las acciones que una organización viene realizando conforme a la responsabilidad social corporativa que ejecuta. De esta manera, se puede lograr tangibilizar ese valor agregado social que crea cada una de ellas al sumarse a este movimiento.

Atrás están los días donde solamente una organización rendía cuenta de sus estados financieros. La sociedad requiere que demuestren de manera transparente sus resultados, ya sean positivos o negativos, con la finalidad de mantenerse honestos ante el escrutinio público. Además ya hay continentes

que obligan a las organizaciones de cierto tipo a realizar reportes de sostenibilidad, por lo que no es suficiente una memoria económica- financiera (Zamudio, 2017)

Esto hace que más organizaciones se sumen al desarrollo de un balance social, sin embargo, se puede observar distintos modelos de los mismos. Incluso se puede notar en los diferentes nombres para referirse a lo mismo, lo que puede causar confusión en su aplicación y contenido.

Dentro de su composición, están las variaciones ofrecidas por organizaciones que promueven la implementación de la responsabilidad social corporativa en las empresas, las cuales no siempre determinan el mismo contenido en cada una de ellas. Sin embargo, las dimensiones a tocar y demostrar quedan claras en cada una de ellas: social, ambiental y económico.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la función del balance social?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es el contenido dentro del ámbito económico del balance social?
- ¿Cuál es el contenido dentro del ámbito social del balance social?



- ¿Cuál es el contenido dentro del ámbito ambiental del balance social?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar la función del balance social.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Describir el contenido dentro del ámbito económico del balance social.
- Precisar el contenido dentro del ámbito social del balance social.
- Exponer el contenido dentro del ámbito ambiental del balance social.

### **1.4. Justificación de la investigación**

#### **1.4.1. Importancia de la investigación**

El conocimiento del funcionamiento del balance social es primordial para poder comunicar las acciones de responsabilidad social corporativa de una organización. Abordar las funciones y el contenido dentro de ellas es relevante para establecer de manera clara cada uno de estos puntos debido a la infinidad de información variada que existe sobre ella.

Tener al alcance un compilado de información sobre el balance social facilita la comprensión, importancia y funcionalidad de la misma con la finalidad de poder desarrollarla sin problema alguno. Todo esto siendo analizado desde un punto académico para facilitar la creación de dicho balance por cualquier organización, sin importar su tamaño.

Así mismo, hacer visible al balance social por parte de los profesionales pertinentes, en este caso relacionistas públicos, para sugerir su uso y demostrar a través de esto el beneficio que puede tener una organización que no solo desarrolla una estrategia de responsabilidad social corporativa, sino que también la comunica.

#### **1.4.2. Viabilidad de la investigación**

La presente investigación es viable debido a que se cuenta con el tiempo necesario para realizar el análisis de la problemática que se está planteando. Además de contar con acceso a fuentes digitales gracias a internet y encontrar dentro de ellas múltiples artículos y organizaciones que brindan información relacionada al tema escogido.

Por otro lado, se tiene como acompañamiento la asesoría continua de un profesor calificado para valorar los avances y resultados obtenidos para el presente trabajo.

Finalmente, se cuenta con el conocimiento adquirido previo gracias a distintos cursos de responsabilidad social corporativa llevados lo que amplía la visión del tema a investigar.

## **1.5 Limitaciones del estudio**

Las limitaciones de la investigación se encuentran dentro del contexto en el que nos encontramos gracias a la pandemia producida por el COVID-19 que nos obliga a tener como único punto de acceso a información las vías digitales, dejando de lado los establecimientos de información presenciales como la biblioteca.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes nacionales

**Astorga, B.** (2020) *Indicadores complementarios para las dimensiones social y ambiental de los reportes de sostenibilidad. Caso: empresas mineras peruanas que cotizan en la BVL.* [Tesis de licenciatura] Universidad del Pacífico. Lima

El autor del trabajo establece como objetivo la propuesta de indicadores que complementen la creación de valor en dos dimensiones, social y ambiental, como parte de los reportes de sostenibilidad para las empresas mineras del Perú (Astorga, 2020).

Para la investigación mencionada, el autor estableció un alcance exploratorio y descriptivo con un enfoque mixto. Su diseño es de tipo transversal y se hizo uso de un muestreo no probabilístico. Asimismo, para el diseño de los indicadores se usaron dos criterios: materialidad de los reportes de sostenibilidad y relevancia de los temas socio ambientales en el contexto de la minería peruana (Astorga, 2020).

Como conclusión general, el autor destacó que los indicadores sociales (accidentes laborales, formación del recurso humano, mecanismos de participación ciudadana y otros) y los indicadores ambientales (gestión del agua, gestión de residuos peligrosos, actividades de reforestación y otros)

son complementarios, por lo que el sector minero debe usarlos para generar valor a sus stakeholders (Astorga, 2020).

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

**Correa, J. (2018)** *Grupos empresariales y reportes de sostenibilidad en América Latina*. [Tesis doctoral] Universidad de Valencia. Valencia

El autor tiene como objetivo analizar el contexto en el que se encuentran las empresas de Latinoamérica y la presentación de la responsabilidad social corporativa con evidencia empírica de las razones para publicar los reportes de sostenibilidad, sumado a la relación con el desempeño financiero (Correa, 2018).

La metodología que se utilizó para el trabajo fue acorde a cada uno de los objetivos específicos que se establecen en la investigación. Para el primero, se aplicó un modelo de regresión logística; para el segundo, un análisis de contenido de reportes; para el tercero, se aplicó un modelo dinámico que evalúa el impacto de la calidad del reporte de sostenibilidad y cómo variables de tipo institucional e interno moderan esa relación (Correa, 2018).

Dentro de las diez conclusiones en la investigación para este trabajo destacamos: primero, las empresas en América Latina realizan responsabilidad social corporativa y reportes de sostenibilidad como estrategia de interacción con sus agentes de interés; segundo, la calidad de los reportes mejoran según el control a las empresas y el consejo de

administración es determinante para ello; y tercero, los reportes no son homogéneos en el ámbito financiero, pero la mayoría sigue el estándar GRI (Correa, 2018).

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Balance social**

El balance social hace referencia a un documento que tiene como función comunicar las actividades o reportar la responsabilidad social corporativa que una organización pueda encontrarse desarrollando.

Esta herramienta ha sido abordada y analizada por distintas organizaciones por lo que a lo largo del tiempo se ha visto rediseñado en contenido y hasta incluso en nombre, tales como reporte en responsabilidad social empresarial (Observatorio de responsabilidad social corporativa, 2009) y memoria de sostenibilidad (Global Reporting Initiative, 2013).

Sin importar el nombre que se le designe, este es básicamente una vía de información sistemática que facilita el conocimiento de las acciones socialmente responsables de una organización (Oliveros, 2016; Asencio-Gallardo, 2015; Server y Villalonga, 2005).

Esta sistematización permite la fácil comunicación del desarrollo de responsabilidad social que una organización pueda estar realizando. Además de ser una ventana para conocer más de estas acciones

responsables que realizan las organizaciones, el desarrollo de la misma permite singulares beneficios a la organización.

Gallego menciona que:

El balance social es una herramienta de auditoría social en cuanto permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir cuantitativa y cualitativamente la gestión social de cualquier organización (pública, privada, de manufactura o de servicios, grande, mediana o pequeña) dentro del marco de su responsabilidad social respectiva (2012, p. 28) .

El desarrollo de este permite conocer a la organización en qué punto se encuentran respecto a las gestiones que vienen realizando respecto a su responsabilidad social corporativa. Les permite tener una documentación para conocer los avances y progresos que han logrado. Además, conglomerando todas las actividades realizadas se pueden usar para trazar nuevos objetivos dentro de los mismos ámbitos y no salir del lineamiento establecido con la posibilidad de una mejora o subsanación de posibles errores cometidos.

Por otra parte también está la mejora de visibilidad que le otorga a una organización que realiza un informe sobre lo que realiza. Claramente existe aún dentro de la sociedad una desconfianza sobre lo que las organizaciones puedan realizar y esto debido al largo historial de malas gestiones que muchas pueden tener detrás.

La elaboración de un balance social permite mantener la transparencia que toda organización debe a sus públicos, y estos puedan regular, de manera indirecta, las acciones que sus marcas puedan estar realizando, ya que son estos con los que las organizaciones pretenden conectar.

Lógicamente, una buena imagen corporativa establecida en la mente de sus públicos objetivos se puede llegar a transformar en un beneficio económico ya que las organizaciones pueden ser preferidas por esta razón.

Además, que la aplicación del balance social puede traducirse en un cambio de desempeño positivo dentro de la empresa teniendo como resultado una mejora en la rentabilidad de la misma (Gallego, 2012).

Es así como el uso de esta herramienta se ha intensificado para demostrar de manera clara el apoyo e interiorización que las organizaciones han hecho de la responsabilidad social corporativa. Esta última llegando gracias a la preocupación, en los años 60, no solamente del estado económico de una entidad, sino también de los temas medioambientales y sociales que su desarrollo puede tocar (Manzano, Redondo y Robles; 2016).

Haciendo referencia a los temas por los que surge la responsabilidad social de las organizaciones es como se establecen las dimensiones que un balance social debe abarcar, teniendo, dentro de ellos, distintos puntos que hacen alusión a cada componente que es parte de la institución que pone en marcha estas prácticas responsables.



La evaluación de ítems dentro de un balance social resalta respecto a objetivos trazados por la organización. En estas sucede algo peculiar y es que tienen otras actividades aparte de las económicas, sin embargo, usualmente solo se mide ese ámbito económico (Coppini y Ressel, 2012).

Las organizaciones en su complejo desarrollo abarcan más funciones de las que se puede imaginar y sí, todas están en base a un mismo objetivo: la generación de ingresos económicos. Sin embargo sus acciones tienen impactos en otros ámbitos.

Hay opiniones contrarias que creen que la única responsabilidad que una organización y los gerentes que la dirigen tienen es la de maximizar en lo posible los fondos económicos para una organización ya que ese es el objetivo al crearlas, y que todo aquello fuera de eso, como lo social, es una responsabilidad de las personas (Friedman, 1970).

Hay muchas personas que piensan y están de acuerdo con este pensamiento. Sin embargo, no se puede tener un rechazo a lo que una organización realmente significa, porque para lograr obtener un objetivo final se valen de muchos aspectos, sociales y medioambientales para alcanzar esa meta.

Así se definen las tres dimensiones generales conocidas que debe comprender un balance social: económico, social y ambiental (Global Reporting Initiative, 2013). Este trinomio es la base necesaria de análisis para la composición adecuada de un informe que refleje los resultados de las acciones socialmente responsables de las organizaciones.

Si bien es cierto el balance social abarcan a estos tres, la composición e información incluida dentro de cada uno de ellos puede variar dependiendo del país donde la organización se encuentre situada, y de las necesidades que esta presente.

#### **2.2.1.1. Ámbito Económico**

Esta dimensión dentro del balance social producto de la responsabilidad social corporativa está referida a una parte básica para la subsistencia de cualquier organización y es que sin el poder económico, sus actividades cesarían.

Así de relevante es su importancia que Carroll (1991) dentro de la pirámide de responsabilidad social corporativa ubica a la responsabilidad económica en la base, sosteniendo a las demás responsabilidades: legal, ética y filantrópica.

Está más que confirmado que el propósito primordial y base fundamental para una organización es la creación de riquezas que les permitan continuar con sus actividades. Sin embargo, los medios que usan para lograr dicho objetivo deben ser gestionados de manera responsable para evitar perjuicios.

Y es que las empresas a través de la responsabilidad social corporativa logran tomar conciencia sobre el impacto que causan en sus públicos y pueden manifestar el compromiso que tienen con el

desarrollo económico. Además de poder posibilitar una mejora social de manera conjunta (Server y Villalonga, 2005).

Hablamos de una dimensión económica que tratada de manera ética puede beneficiar a todos los actores que involucren, rigiéndose bajo una modalidad justa. Haciendo hincapié siempre que no mencionamos la relación con legalidad por la que se rijan dentro de donde se desarrollan, debido a que lo legal no es sinónimo siempre de ético.

El ámbito económico dentro de un balance social hace referencia a todos los aspectos financieros que una organización pueda desarrollar en su operar dentro de sus distintas funciones y que pueda afectarla tanto de manera interna como externa.

Esta dimensión económica contiene a los impactos que las organizaciones puedan tener dentro del contexto económico de los grupos con los que se relaciona. Así también se incluyen al impacto que puedan tener dentro de los medios económicos locales, nacionales y mundiales (Global Reporting Initiative, 2013).

Es decir que va más allá de comunicar la situación económica en la que se encuentra una organización, sino que se analiza y se informa los resultados de las relaciones económicas que una organización pueda tener con sus distintos públicos en la sociedad.

Para la composición de este ámbito se toman en cuenta cuatro aspectos: la actuación económica, su aparición en el mercado, los

resultados económicos indirectos y las prácticas de adquisición de la organización (Global Reporting Initiative, 2013).

Estos cuatro aspectos engloban las relaciones que tienen las organizaciones con sus partes, ya sea de manera directa o indirecta, lo importante es considerar la afectación que pueda causar, esperando que dentro de su descripción sea positiva.

Dentro de su desempeño económico debemos tomar en cuenta los ingresos que la empresa ha generado y de qué manera ha sido distribuida, los impactos económicos en la organización fruto del cambio climático, la responsabilidad creada a raíz de los planes de prestaciones y las subvenciones recibidas por entes estatales (Global Reporting Initiative, 2013).

Asimismo, su presencia en el mercado debe resaltar la existencia de igualdad salarial dentro de la empresa y una relación lógica al contrastarla con la competencia. Además de considerar la cantidad de trabajadores gerenciales que provienen de la comunidad donde se ubican (Global Reporting Initiative, 2013).

Por otro lado, la importancia de indicar las inversiones en infraestructuras, servicios complementarios y otros gastos económicos indirectos de la empresa responden a las consecuencias económicas indirectas de su desarrollo (Global Reporting Initiative, 2013).

Finalmente se debe indicar los gastos en servicios adquiridos de proveedores locales para conocer el porcentaje de dinero que

destinan a ello dentro de sus prácticas de adquisición (Global Reporting Initiative, 2013).

Este análisis de información de estos aspectos a incluir en el balance social destaca por la relación directa con el desarrollo de la empresa y cómo esta se autogestiona de manera responsable para cumplir con sus objetivos.

No solamente se ciente a balances económicos eficientes, sino también destaca el ámbito social dentro de ellos, como las responsabilidades que tienen con cada miembro dentro de la organización y la conexión que logran y la economía que promueven dentro del lugar donde se encuentran.

#### **2.2.1.2. Ámbito Social**

Dentro de las responsabilidades de una organización, el ámbito relacionado directamente a la sociedad es relevante ya que dentro de ellos se encuentra el impacto que cualquier acción pueda tener.

Si bien es cierto los demás ámbitos son fundamentales, el ser humano dentro del cuadro cobra un papel sumamente importante al evaluar los impactos ya que indirectamente llegan a él.

La responsabilidad social corporativa tiene dentro de ella este ámbito social imprescindible para hablar de responsabilidad empresarial y para el funcionamiento de la institución. Esta se ve afectada de manera interna y externa en la empresa. La primera afectando a los

colaboradores dentro de ella relacionado a temas como recursos humanos, salud, seguridad, igualdad de género, entre otros, y la segunda abarcando a las comunidades locales e interlocutores con los que se relaciona (Tobías, 2017).

Por lo expresado se evidencia la importancia de la sociedad para el desarrollo de una organización. Esto no se limita solo a los grupos con relación directa a la organización, también incluye a los participantes que se ven afectados de manera indirecta por el desarrollo de actividades de la organización. Esta última siendo importante estudiar y reconocer para que se afiancen lazos cercanos de colaboración.

Así es como esta dimensión social dentro del balance social abarca actividades desarrolladas de una entidad en los distintos sistemas sociales que se creen en ella con los públicos en contacto (Global Reporting Initiative, 2013).

Así que todo contacto que tenga la organización puede ser tomado dentro de este ámbito siendo evaluada esta relación según el desarrollo que se pueda dar para cada una de estas partes. Siempre teniendo en cuenta que los objetivos de cada uno dentro de dicha relación puede que no sean las mismas.

Para esta dimensión debemos tomar en cuenta la amplitud que concierne a la sociedad y a los temas ligados a ella. Este punto requiere de un exhaustivo reconocimiento para tratar, en el desarrollo de un balance, de abarcar todo lo necesario.

Las prácticas laborales y de trabajo digno, los derechos humanos, la importancia de la sociedad y la responsabilidad con los productos son las cuatro principales categorías a incluir dentro de este ámbito (Global Reporting Initiative, 2013).

Dentro de las prácticas relacionadas al trabajo se deben tomar en cuenta la gestión del empleo, tanto como su cantidad y los beneficios con los que cuentan. También las relaciones internas establecidas, la seguridad dentro de donde trabajan, incluyendo el tema de salud, y la gestión de consecuencias por esta, y la capacitación continua ofrecida. Además de la igualdad de oportunidades tanto para hombres y mujeres, y los medios instaurados para que se facilite la comunicación (Global Reporting Initiative, 2013).

Podemos apreciar la significatividad que se le dan a las relaciones dentro de la organización, las facilidades para el desarrollo de las funciones así como oportunidades de crecimiento y establecimiento de justicia esperado dentro de cada una de ellas.

Concerniente a los derechos humanos podemos encontrar las políticas de comunicación, no discriminación, libertad de asociación, rechazo al trabajo infantil y forzoso, las medidas de seguridad para salvaguardar dichos derechos y el reconocimiento de los mismos en poblaciones indígenas. Además de la participación en evaluaciones en la materia (Global Reporting Initiative, 2013).

Dentro de la relevancia en la sociedad se debe incluir toda relación y las características de esta con las comunidades locales, los procesos de lucha contra la corrupción, aspectos de competencia desleal, conexión con el estado en cuanto a contribuciones y cumplimiento de ley, y el impacto social en proveedores y abrir medios para presentar reclamos (Global Reporting Initiative, 2013).

La relevancia social dentro de estos dos últimos temas es máxima ya que se debe a relaciones significativas creadas por y para la organización. Por lo mismo, esta necesita actuar correctamente brindando opciones y soluciones a posibles inconvenientes.

Finalmente podemos encontrar la responsabilidad que tiene la organización sobre sus productos, teniendo así que resaltar su actuación dentro de la salud y seguridad que ofrece a sus clientes dentro de ello, la correcta comunicación de su producción y venta, el uso correcto de la información de clientes y el cumplimiento de leyes que regulen al sector (Global Reporting Initiative, 2013).

### **2.2.1.3. Ámbito Ambiental**

El cuidado del medio ambiente es una cuestión de suma relevancia que ha producido la exigencia de cambios actitudinales dentro de la sociedad, no solamente de manera personal por cada ser humano, sino también de todas aquellas organizaciones que hacen uso de recursos naturales para producir y obtener beneficios económicos.



El principal productor del deterioro del medio ambiente es la emisión de gases de efecto invernadero lo que nos trae como resultado el calentamiento global que se produce en el mundo y es que tanto las grandes empresas como las personas emiten cada uno de ellos una cantidad considerable de estos elementos, los primeros para producir elementos que cubran necesidades, en algunos casos innecesarias, y los segundos en su uso de artefactos que hagan de su vida una más cómoda.

El problema dentro del ascenso de producción de gases de efecto invernadero es que produce un cambio climático tan drástico que muchos seres vivos son incapaces de adaptarse (National Geographic, 2010). Además el actual cambio climático está producido principalmente por las acciones del ser humano y la calidad de vida que han creado para ellos mismos (Balsadano, 2019).

Podemos aceptar que la consecuencia negativa es causada principalmente por el ser humano y que el modo de vida al que cada uno se rige es el principal detonante del deterioro del medio ambiente. Sí es cierto que hay artículos que facilitan la vida del ser humano, pero también es cierto que hay algunas acciones de las que se puede prescindir.

Se sabe que las empresas están en búsqueda de crear necesidades que ayuden a sus clientes para así obtener ganancias, incluso sin medir el impacto negativo de esa producción. Sin embargo,

actualmente la sociedad es testigo del gran daño que se le hace al planeta producto de esta mala gestión de los recursos que conlleva el desarrollo de algunas industrias.

Esta preocupación producto del detrimento del medio ambiente ha hecho que los principales públicos de las organizaciones las presionen a ser responsables en ese aspecto y controlar sus acciones.

Y es que la relación de las organizaciones con el medio ambiente es necesaria por tres razones: la presión a la que se exponen por parte de sus públicos, los marcos legales que las obligan a ser responsables y el beneficio económico proveniente de una ventaja competitiva medio ambiental (CTMA Consultores, 2020).

Esas y otras razones más derivadas que benefician a la organización, tal como la de mejora de imagen, hace que las organizaciones estén a la vanguardia de estos cambios y que lo haga saber a sus públicos.

Por ello el ámbito medio ambiental dentro del balance social plasma toda acción que una entidad haya podido realizar en beneficio del medio ambiente o en prevención de su deterioro, así también como el uso responsable de recursos naturales.

Para este ámbito Brown (2010) considera que “se incluyen una gran variedad de actividades como son: la prevención de la contaminación, uso eficiente de la energía, diseño

medioambientalmente amigable, administración de la cadena de distribución, ecología industrial y desarrollo sustentable” (p.102).

Esto deja en claro la variedad de temas que se puede alcanzar dentro de esta dimensión siendo así importante la determinación de lo que cada organización pueda abarcar. Claro está que no todas pueden obtener lo mismo dentro de sus balances sociales debido a los diferentes sectores en los que se encuentra el desarrollo de sus funciones.

Dentro de la dimensión ambiental del balance social se encuentran todas las consecuencias que las acciones de una organización tienen dentro de la naturaleza (Global Reporting Initiative, 2013).

Es así como dentro de esta parte se debe incluir toda afectación que las entidades realicen al mundo natural, a todos los recursos que este puede ofrecer a la organización para su desarrollo y alcance de objetivos.

Los principales temas a comunicar sobre la relación de la organización con el medio ambiente son los materiales usados para su producción, tanto tipo como cantidad, el uso debido de la energía y agua para el mismo propósito, el espacio biodiverso donde se ubican. Además, se debe resaltar las emisiones que provocan producto de sus funciones y el control de ellas, así como sus residuos (Global Reporting Initiative, 2013).

Adicionalmente a este se debe aclarar el destino final y el trato de los productos que ofrecen, el cumplimiento de marcos legales para

la producción de estas y el transporte involucrado para su distribución (Global Reporting Initiative, 2013).

Finalmente, indicar si durante el periodo de tiempo para el balance han aparecido reclamaciones ambientales que conciernan a la empresa. Además de evaluaciones ambientales a los proveedores con los que se trabaja y la realización de inversiones de tipo ambiental (Global Reporting Initiative, 2013).

Concluyentemente, se evidencia que tanto el uso de la organización de los recursos naturales y la gestión de la creación de desechos provenientes de su producción, deben ser evaluados para así poder comunicar de manera clara las acciones que se están llevando a cabo.

Sin cobrar menos importancia, se destacan también gestiones que se podrían considerar no tan relevantes como responsabilidad del productor, sin embargo, es parte de la responsabilidad social corporativa que profesa cada empresa de encargarse de que se logre un desarrollo sostenible óptimo.

### **2.3. Definición de términos**

Desarrollo sostenible: es la capacidad de desarrollar actividades responsables para satisfacer las necesidades presentes sin arriesgar esta posibilidad para las generaciones futuras (Naciones Unidas, 1987).

Ética: se trata de un conjunto de normas que configura o establece el modo de vida del ser humano (García-Marza & González, 2014).

Imagen corporativa: es la percepción mental que tiene cada público sobre las organizaciones a las que está expuesta (Pintado & Sánchez, 2013).

Organización: se conoce a la institución que se compone de un conjunto de personas trabajando de manera coordinada en persecución del mismo objetivo.

Público: conjunto de personas con características similares que comparten intereses que se relacionan con una entidad (Grunig & Hunt, 2000).

Reputación: es la conceptualización formada desde el público sobre lo que piensan y sienten acerca de una organización (Iglesias, 2004).

Responsabilidad Social Corporativa: conjunto de acciones voluntarias que una organización realiza para gestionar de manera responsable sus actividades y el impacto que tienen estas en el ser humano y el planeta (Forética, 2006).

### **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

El estudio del balance social dentro de este trabajo nos lleva a la consideración de la relevancia de su creación y la complejidad que produce su desarrollo. Dentro de este, establecido el primer problema específico en el trabajo, podemos resaltar la variedad de contenido que se ve involucrado dentro del ámbito económico del balance social realizado por una organización. La estructura necesaria para su creación puede resultar no tan relevante como su contenido, sin embargo, es necesario para la correcta comprensión del mismo.

Se conoce ya, y muchos autores se han manifestado al respecto, de que los estados financieros de una organización son los más importantes para una empresa ya que tiene como objetivo principal y de creación la generación de ingresos económicos. No obstante, con el tiempo se ha apreciado el gran cambio que ha tomado esta postura.

Siendo la economía de una empresa muchas veces la parte más observada y regulada desde los principios de su creación, no es la única que necesita de una evaluación y comunicación transparente para los diversos públicos de una entidad. A esta la acompañan temas sociales y medioambientales, ya que su existencia no sería posible sin la ayuda de estos dos.

Se establece un trabajo en conjunto y es así como las tres están directamente ligadas, sin posibilidad de hablar de una excluyendo a otra. Por tal motivo, se puede observar que dentro del contenido en el ámbito económico de una organización se encontrará todo impacto que pueda tener la organización dentro de un contexto económico, pero no solamente ligado a la rentabilidad que debe tener dicha empresa, sino considerando sus actividades financieras

en relación a públicos tanto internos como externos dentro de una magnitud local, nacional e internacional.

Seguidamente, respondiendo a nuestra segunda interrogante, dentro del contenido del ámbito social del balance social, se encuentran todas aquellas actividades que la organización realiza dentro de los diferentes sistemas sociales existentes.

Este segundo ámbito dentro de un balance social es importante ya que conforme pasan los años, las organizaciones están buscando conectar con el público y tratando de humanizar a sus marcas para lograrlo. Para lograr este objetivo, no se puede dejar de lado el desarrollo interno que una empresa pueda llevar y las relaciones que pueda crear.

Por este motivo, es que encontramos dentro de los puntos a evaluar en este ámbito temas relacionados a derechos humanos, buenas prácticas laborales, la relevancia del contacto con la sociedad y la responsabilidad que tienen con los productos que le ofrecen a estos. Todos ellos ligados de manera directa al ser humano, pieza vital para la supervivencia de toda organización, pues sin las mismas no se valen para completar las funciones requeridas y en muchos casos sin la existencia de ellos, no habría a quién ofrecer sus producciones.

Finalizando, con el tercer cuestionamiento planteado en la investigación, sale a relevancia el contenido que encontramos dentro de nuestra última dimensión de este trinomio vital responsable: el medio ambiente. Su cuidado y preocupación por el mismo ha aumentado conforme los años, llegando al punto en el que sean los públicos externos de las organizaciones los que tomen voz dentro de ellas para presionarlos a hacer algo al respecto.

La mayoría de las organizaciones existentes se valen de estos recursos naturales que se pueden encontrar en el planeta por lo que la evaluación del correcto uso de estas es fundamental para cada una de ellas, no solamente para demostrar lo responsable que están siendo al mundo, sino también para contribuir a un desarrollo sostenible y que de esa manera la misma vida de la empresa pueda hacerse longeva.

Es por eso que dentro de este ámbito se debe plasmar toda relación que se encuentren dentro del desarrollo de una organización, como la gestión de los recursos naturales y la generación de residuos que estarían generando como consecuencia de sus actividades comerciales.

De esta manera, son estos tres ámbitos los que se encuentran dentro de un balance social para demostrar las acciones de responsabilidad social corporativa que se realizan dentro de una organización, sea privada o pública, pequeña o grande. La composición de la misma sirve como un compilado de información que se desarrolla posterior a una exhaustiva evaluación con criterios correspondientes a cada uno de los temas mencionados anteriormente.

El uso de la misma trae posteriores beneficios como el realce competitivo dentro del mercado dentro de un sector comercial, la aceptación social dentro de los públicos y gestión de la misma como una herramienta que sirve para mejorar la imagen pública que dicha organización pueda tener.



## CONCLUSIONES

En conclusión, el contenido que debe ser especificado dentro del ámbito económico del balance social debe estar referido a todas las actividades que tienen un impacto, como su mismo nombre indica, económico, resaltando su importancia por la confianza que genera al permanecer transparentes ante sus públicos. Estas actividades económicas se ven establecidas en todos los tipos de relaciones que la organización pueda crear y se debe tener en cuenta que esta dimensión no resalta un nivel superior de importancia en comparación a las otras dimensiones.

De igual manera, el ámbito social que encontramos en el balance social, está ligado a toda acción donde se vea involucrado el ser humano y que permita el desarrollo correcto del mismo sin ningún tipo de perjuicio en su relación con una organización. La vitalidad que le brinda a la organización es única y sin la consideración del mismo sería imposible la supervivencia de la misma.

Asimismo, dentro del balance social encontramos al ámbito ambiental, haciendo referencia a cada actuación dentro de un marco que incluya a recursos naturales y derivados del mismo, como su afectación y gestión. No es posible hablar de una sociedad sin un lugar donde desarrollarse y eso es lo que este nos brinda por lo que su cuidado y evaluación de gestión es igual de importante que las anteriores.

Dentro de los diversos temas relacionados a una organización, los tres ámbitos mencionados los segmentan dentro del balance social que tiene como función facilitar la comunicación de las actividades de responsabilidad social corporativa de una organización. Además de permitir una evaluación periódica

de estas acciones para poder hacer una comparación en base a anteriores y que de esta manera se puedan aplicar mejoras o subsanar errores encontrados.

## REFERENCIAS

### FUENTES HEMEROGRÁFICAS

- Asencio-Gallardo, G (2015) El balance social como una herramienta válida para representar la Responsabilidad Social en las Empresas Chilenas. *Ciencia UNEMI*. 8(16), 87-96.
- Baldasano, J (2019) El actual cambio climático: una visión holística de la crisis climática. Barcelona: Real Academia Europea de Doctores.
- Brown, F. (2010) Los principios de la responsabilidad social empresarial. *Economía informa*, (363), 100-106. México: Facultad de Economía, UNAM
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, (34), 39-48.
- Grunig, J. & Hunt, T. (2000) *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Manzano, M., Redondo, M. & Robles, M. (2016) La importancia del balance social como instrumento de la gestión: una propuesta de modelo para los centros especiales de empleo. *Revista iberoamericana de contabilidad de gestión*. 14 (27), 172-193.
- Moreno, M., Riquel, F. & Vaca, R. (2007) Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al*

*futuro*, (), 3130- 3143. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234835>

Pintado, T & Sánchez, J (2013) La importancia de la imagen en las empresas. En T. Pintado y J. Sánchez (coord.) *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial* (pp. 15-47). Madrid: ESIC EDITORIAL

Server, R & Villalonga, I (2005) La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. (53), 137-161.

Server, R. & Villalonga, I. (2005) Cooperativismo y responsabilidad social. *GEZKI*, (1), 191-204.

Tobías, E (2017) La dimensión social de la responsabilidad social de la empresa. *Revista electrónica del Departamento de Derecho de la Universidad de La Rioja, REDUR*. (15), 111-121.

Zamudio, M (2017) *Una mirada a la sostenibilidad hoy*. En Universidad San Ignacio de Loyola (coord.). *Sostenibilidad y responsabilidad social: Los objetivos de desarrollo sostenible. El reto 2030*. (pp 79-82) Lima: Fondo Editorial USIL

## **FUENTES ELECTRÓNICAS**

CTMA Consultores (2020, 9 de enero) *La empresa y el medio ambiente: 2 sujetos condenados a entenderse*. Recuperado de:  
<https://ctmaconsultores.com/la-empresa-y-el-medio-ambiente/>

Coppini, V & Ressel, A (2012) *El balance social y su importancia como instrumento de medición en las organizaciones de la economía social, particularmente en las cooperativas*. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43726>

Forética (2006) *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable*. Recuperado de: <https://foretica.org/publicacion/cuaderno-foretica-1-responsabilidad-social-empresarial/>

Friedman, M (1970) *La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus ganancias*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/4914641/LA\\_RESPONSABILIDAD\\_SOCIAL\\_DE\\_LOS\\_NEGOCIOS\\_ES\\_AUMENTAR\\_SUS\\_GANANCIAS\\_DE\\_MILTON\\_FRIEDMAN](https://www.academia.edu/4914641/LA_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_DE_LOS_NEGOCIOS_ES_AUMENTAR_SUS_GANANCIAS_DE_MILTON_FRIEDMAN)

Gallego, M. (2012). *El balance social como herramienta de auditoria organizacional*. *Revista Universidad EAFIT*, 35(115), 27-40. Recuperado de: <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/1056>

García-Marzá, D & González Esteban, E. (2014). *Ética*. D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/biblioteca/mh/51754?page=2>

Global Reporting Initiative (2013) *G4: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Amsterdam. Recuperado de: <http://www.mas-business.com/docs/Spanish-G4.pdf>

Iglesias, S. (2004). Análisis del concepto reputación y de su relación con el rendimiento empresarial. *Red Ciencia Ergo Sum*, 10(03), 245-253.  
Recuperado de. <https://elibro.net/es/lc/biblioteca/mh/titulos/18273>

Naciones Unidas (1987) *Nuestro futuro común*. Recuperado de:  
<https://observatoriorsc.org/nuestro-futuro-comun/>

National Geographic. (2010, 5 de setiembre). *¿Qué es el calentamiento global?*  
Recuperado de: <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/que-es-el-calentamiento-global>

Observatorio de responsabilidad social corporativa (2009) *Reporte de RSE y transparencia*. Recuperado de: <https://observatoriorsc.org/reporte-de-rse-y-transparencia/>

Oliveros, M (2016) *El balance Social como Herramienta de Responsabilidad Social empresarial: Una Aproximación Teórica*. Sapienza Organizacional, 3(6). Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828005/html/index.html>

## **TESIS**

Astorga, B. (2020) *Indicadores complementarios para las dimensiones social y ambiental de los reportes de sostenibilidad. Caso: empresas mineras peruanas que cotizan en la BVL*. [Tesis de licenciatura] Universidad del Pacífico. Lima

Correa, J. (2018) *Grupos empresariales y reportes de sostenibilidad en América Latina*. [Tesis doctoral] Universidad de Valencia. Valencia