

122
2 Gen



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

Facultad de Contaduría y Administración

AUDITORIA SOCIAL EN LA EMPRESA

SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE

Que en opción al grado de:

Licenciado en Contaduría

P R E S E N T A :

MARIA DEL CARMEN GRANADOS FUENTES

Director del Seminario: C. P. Sergio García Terrazas

México, D. F.

1985



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
Problemática Social.	2
1.1 Problemas sociales y ambientales.	5
1.1.2 Qué se entiende por atmósfera social.	9
1.2 Alcances y efectos en las empresas.	12
1.2.1 Necesidad de confabular los alcances y efectos en las empresas.	15
CAPITULO II	
Responsabilidad Social.	18
2.1 Objetivos sociales.	21
2.2 Teorías explicativas de la <u>responsa</u> bilidad social de la empresa.	24
2.3 Breves aspectos de la responsabilidad social.	27
2.4 Problemática de la responsabilidad social de las empresas.	32
2.4.1 Exigencias de la sociedad.	32
2.4.2 Críticas a la empresa.	34
2.4.3 Quejas del trabajador.	37

CAPITULO III	
Contabilidad Social.	39
3.1 Areas de aplicación de la contabilidad social.	39
3.2 Medición del comportamiento social.	42
CAPITULO IV	
Auditoría Social.	63
4.1 Propósitos.	64
4.2 Naturaleza y alcance.	67
4.3 Metodología.	72
4.4 Informe.	79
CONCLUSIONES	83
ANEXOS	
Notas al balance social y estado de resultados social.	86
BIBLIOGRAFIA	98

INTRODUCCION

Para que una empresa se considere con una trascendencia y desarrollo integral, no basta con que produzca satisfactores de alta calidad y bajo precio; es necesario que además cumpla con una determinada responsabilidad social.

La empresa en general, dista mucho en llevarla a la práctica y menos aún valorizarla; incluso para muchos no es otra cosa que un ideal, una especie de utopía, un simple formalismo secundario.

A diferencia de las funciones económica y de servicio que realizan las empresas, la función social es más que nada cuestión de responsabilidad y conciencia personal. Sin embargo, aunque aparentemente exige una posición "ideal", no lo es así; por el contrario, exige acciones bien concretas y objetivas y las que después de todo se tendrían que cumplir.

La responsabilidad social de la empresa debe ser algo connatural a ella, que no parezca un añadido, así como se considera que la función económica no lo es; por lo tanto, en los objetivos de toda empresa, la responsabilidad social debe ser parte esencial de su vivir, no considerando a ésta como superior a la económica o de servicio, sino en forma equitativa, dando a cada una su importancia.

Por medio de la Auditoría social se evalúa esa responsabilidad social, que dista mucho de examinarse siquiera por curiosidad.

C A P I T U L O I

PROBLEMATICA SOCIAL

En este momento crítico y caótico, cuando el mundo entero es fuertemente sacudido por problemas de delincuencia, drogadicción, alcoholismo, contaminación ambiental y desempleo, surgen múltiples planteamientos tratando de buscar soluciones inmediatas a esos problemas que están destruyendo a nuestra sociedad.

Ante esta situación, el gobierno trata por medio de programas especiales superar la pobreza y mejorar la educación, la alimentación y las condiciones de vida en general.

Y aunque el problema real es personal e individual y se debiera empezar en la raíz que lo origina, otras muchas soluciones se enfocan desde el horizonte de las organizaciones, haciendo sentir el papel que deben cumplir en una sociedad.

Los hombres de empresa, los gerentes y administradores han estado más habituados a tratar fenómenos operativos, técnicos y financieros, sin embargo, ya prestan más atención a esas señales y síntomas que genera el medio ambiente social. Un gerente de alto nivel no puede enfrentarse en decisiones financieras e ignorar sus consecuencias sociales.

Y así debe ser, porque los problemas sociales ya tienen serias repercusiones económicas en las empresas e instituciones, porque producen incrementos en los costos de opera

ción y presionan para elevar las partidas presupuestales de las Instituciones del Sector Público y Privado.

En la época actual, para la empresa han surgido los llamados costos sociales que el administrador tiene que considerar para lograr los objetivos deseados. Estos costos sociales se inician por:

- El incremento de personal. Lo cual puede dar origen a que las relaciones humanas se deterioren e influyan en la producción; con posible aumento de accidentes, de demandas del trabajador y que se recrudezcan cuando a éste se le presenten en la vida diaria problemas económicos, morales, de transporte, etc.
- Los problemas económicos ajenos a la actividad propia de la empresa pero que está dentro de ellos.
- La falta de personal calificado y la necesidad de impartir cursos de capacitación.
- El desarrollo tecnológico, que genera incertidumbre porque en un momento dado puede ocasionar despidos de personal.
- Problemas sociales como el alcoholismo que para la empresa se convierten en ausentismo, accidentes, etc.
- La contaminación del agua, aire y ruido afectan

la salud de la gente e impactan económicamente en las empresas ya que los recursos se deben canalizar en dispositivos y tecnología de anticontaminación.

Como consecuencia de toda esa problemática, el gobierno, el medio ambiente y diversos grupos de presión, han im--
puesto a las empresas una responsabilidad social para que -
coadyuven institucionalmente en la solución de esos proble--
mas. Por esta razón, los hombres de negocios y gerentes, ---
cuando aceptan su responsabilidad social, también están acep--
tando un costo más de operación con todo y sus demás efectos
financieros, puesto que toda contribución social no puede lo o
grarse sin la reducción de utilidades presentes.

La mayoría de las empresas en la actualidad, tienen el
imperativo de hacer un inventario de sus responsabilidades -
sociales y cerciorarse de que las están cumpliendo. Más aún,
la empresa que no lo practique así por su propia voluntad, -
tal vez se verá forzada, a hacerlo y muy pronto, en circuns--
tancias más desagradables, si es que todavía quiere conti---
nuar operando. Los empresarios se muestran indiferentes en -
el cumplimiento de acciones sociales, porque éstas no gene--
ran un beneficio inmediato ni frecuentemente ni a largo pla--
zo, aunque la experiencia ha demostrado que una organización
bien manejada, a la larga puede producir mayores beneficios--
en imagen corporativa y por añadidura en sus resultados fi--
nancieros.

1.1 PROBLEMAS SOCIALES Y AMBIENTALES

El elemento humano no es una máquina.

Tras esta verdad, en la cual no se admite discusión, - llegamos a la conclusión de que es imposible tratar los problemas del personal sin intentar resolverlos, mucho menos - tratando de emplear los mismos métodos que se utilizan para programar una serie de máquinas.

Es necesario no olvidar la condición intelectual del elemento humano, sus buenas o malas costumbres, adquiridas o heredadas, así como también su orgullo. Del conjunto de todos estos factores psíquicos se concreta la personalidad del individuo.

De ahí que para poder analizar el comportamiento de los hombres a través de la problemática social, debemos recordar que una de las ciencias que la han creado ha sido la psicología. A través de ella averiguamos los cursos que determinan el comportamiento y las creaciones diferentes que producirá el elemento humano. Veremos la influencia de los factores externos: frío, calor, clima, geografía, delincuencia, drogadicción, alcoholismo, contaminación ambiental y de empleo; los internos: temperamento, estado mental, físico, etc., así como la transformación que se va produciendo ante el roce con los demás individuos y el intercambio de ideas.

Lo que hace realmente difícil para la aplicación de -

la psicología a la problemática social, es la diversificación de las características de la persona:

- a) Su aspecto físico, que influye en su comportamiento, al afectar o acomplejar en uno u otro sentido al individuo.
- b) El estado emocional, la situación por la que atraviesa cada persona, al margen de su trabajo o en virtud del mismo, es otra característica a estudiar con cuidado. Simplemente una mala interpretación de una orden bien concedida, puede dar al traste a los resultados y quien debió cumplirla se sentirá postergado o abrumado por no haberla cumplido satisfactoriamente.
- c) El estado de ánimo, cuando éste se halla decaído o sobre excitado, las consecuencias se hacen sentir.
- d) El estado de sugestión, es generalmente provocado por agentes externos, pero admitido por la persona como de creación propia. Tal es el caso de la propaganda. Otro caso es el de considerarse un fracasado quien no posea tal o cual cosa, lo cual hace descuidar el trabajo por encontrarse en un estado de insatisfacción constante.

1.1.1 LAS INSATISFACCIONES DE LOS TRABAJADORES

La necesidad de mantener relaciones cordiales entre las empresas y trabajadores, es de que ambas partes se sientan satisfechas entre sí, en el cual ha llegado el momento de hacer un análisis de las causas por las cuales suele sentirse inquieto aquél que vive en exclusiva del fruto de su trabajo.

La inquietud, que tal vez no se manifiesta externamente por algún tiempo, late en lo más hondo del individuo y produce un estado de ansiedad indescriptible, que llega en ocasiones a producir hechos desagradables.

En efecto, cuando una persona se sienta a disgusto, incluso muchas veces ni se da cuenta de que lo está, pues su subconsciente aún no se lo ha exteriorizado claramente, lo que primero se resiente es en su productividad. Por eso, aunque no sea más que por su egoísmo, el empresario debe atender en todo momento a que estas situaciones no se produzcan, y llegado el caso de que haya sido imprevisible preverlas hay que solucionarlas con carácter de urgencia porque a partir del momento en que el elemento humano inicia internamente su rebeldía contra las empresas, le será punto menos que imposible dar marcha atrás, y aunque le sean reconocidas sus más impensadas ambiciones, el mal ya estará hecho y desde ese momento todo será darle vueltas para ver cual es el punto legal o moral que infringe la dirección al adoptar tal o cual postura, con el fin de poder demostrar su disconfor---

midad en la forma que individualmente cada persona elige para hacerlo.

Las empresas que desde sus comienzos han sabido mantener satisfecho a su personal tienen un tesoro en el mismo hecho, ya que los problemas no se le presentarán, pues nadie supone, ni están predispuestas a admitir que los mismos puedan llegar a nacer.

Pero si esas empresas, por circunstancias de la vida cambian de mandos o de tendencias en la dirección y se produce un primer choque con la misma, a partir de ese momento la situación será totalmente distinta. Quienes vivían felices comprobarán asombrados que habían podido pedir más, que sus jefes no les daban todo a lo que tenían obligación de concederles, pero lo curioso es que unos días antes de producirse el conflicto, nadie habría pensado ni por lo más remoto en que existían tantas prerrogativas negadas.

La dirección, en estas circunstancias se muestra violenta y dispuesta a aplastar a quienes dudan de su honestidad. Responde con una serie de medidas de represalia contra ciertos elementos activistas. Lo que desconoce la jefatura es que esa media docena de agitadores representan varios grupos de opinión dentro de la empresa y que por tanto, al chocar con ellos se produce una reacción en cadena que excita a la masa trabajadora.

Este error de creer que la reclamación de uno no va -

respaldada por una mayoría, aunque se hayan hecho sondeos de opinión entre los restantes obreros que parezcan indicar su no identificación con la protesta individual, la pagan muy cara las empresas. Cualquier exigencia que formula una persona es secundada con avidez por la totalidad del personal. A simple vista da la impresión de que todo les es indiferente, pero no es cierto. Se hallan interesadísimos en la solución de que la superioridad va a dar a ese caso para, en consecuencia, saber si ellos podrán también acogerse a sus beneficios o a otros más o menos relacionados con el hecho que motiva la reclamación.

Hace muy poco tiempo que se asistió a la descomposición de una entidad que desconocía los conflictos internos, la cual por su mala dirección, consiguió batir todas las marcas existentes para que en menos de un año lograr desbaratar la organización por entero.

1.1.2 QUE SE ENTIENDE POR ATMOSFERA SOCIAL

Atmósfera Social es el tono afectivo que impera en la organización laboral de las empresas, así como en cualquier otra agrupación humana. El clima puede ser malo o benigno y depende de muchos factores. El cual es malo por la deficiente disposición del ambiente físico del trabajador, por la monotonía, por la fatiga, por la dureza de la labor que exige un dispendio mayor de energía, es decir, por un cúmulo de --

factores externos, pero más que todo, el clima depende de la forma en que la dirección trata al elemento humano a sus órdenes, es decir, de factores psicológicos.

En algunas empresas públicas o privadas la autoridad se ejerce en forma dura, sobre la base de una rígida reglamentación en que toda la libertad individual está restringida, en otras organizaciones, en cambio, el personal se mueve con cierta libertad sin que por ello se rompa el principio de autoridad que ejercen los jefes, porque hay un respeto mutuo, y en este caso el clima social es benigno y sano.

Es necesario aquilatar la diferencia que existe en cuanto a la atmósfera social que reina en cada una de estas dos clases de empresas.

En una el operario es considerado como un simple rodaje de una máquina productora de energía y de trabajo y en la otra se siente como persona, porque es considerado como un ser humano. Esto se hace notar cuando el personal quiere ser alguien; no le gusta que lo traten como un objeto más que hay dentro de las empresas, porque entonces su aspiración de ser tratado como un elemento importante dentro de las mismas no se realiza y el individuo experimenta un sentido de inferioridad.

Se siente disminuido en su dignidad, pierde confianza en sus superiores y es fácil que reaccione con hostilidad y rebeldía, se trata en este caso de una actitud de desaffo a-

la fuente de frustración, para compensar la desventaja de la situación. También él quiere hacerse valer y entonces adopta una actitud arrogante y altanera, la cual puede estallar en una tormenta de cólera, estas actitudes antisociales en realidad no son más que disfraces o tretas para ocultar su deprimente sentimiento de inferioridad.

1.2 ALCANCES Y EFECTOS EN LAS EMPRESAS

Se ha llegado a decir que el desarrollo más importante en el próximo cuarto de siglo tendrá lugar en las ciencias sociales, no en las físicas; que la industria es el órgano económico de la sociedad que tiene el conocimiento fundamental para utilizar la ciencia física y la tecnología para el beneficio material de la humanidad y que ahora tenemos que aprender como utilizar las ciencias sociales para hacer verdaderamente eficaces en nuestras organizaciones humanas.

Concepto tradicional de la Administración para someter al elemento humano a las necesidades organizativas de las empresas:

- 1) La Administración es la responsable de la organización de los elementos de una empresa productiva: dinero, materiales, equipo, personas, en interés de los fines económicos.
- 2) Respecto a las personas, es un proceso de encaminar sus esfuerzos, motivándolas, controlando sus acciones, modificando su conducta para ajustarla a las necesidades de las organizaciones.
- 3) Sin esta intervención activa de la Administración, las personas serían pasivas, incluso reacias, a las necesidades organizativas. Hay que persuadirlas, recompensarlas, castigarlas -

y controlarlas; porque sus actividades tienen - que ser dirigidas. Esta es la tarea de la Administración, la de dirigir a los directores subordinados o a los trabajadores. A menudo, la - condenamos diciendo que la Administración consiste en lograr que se hagan las cosas a través de otras personas.

Detrás de esta teoría tradicional se encuentran varias creencias adicionales, menos explícitas, pero muy entendidas:

- a) El elemento humano medio es indolente por naturaleza, trabaja lo menos posible.
- b) Carece de ambición, le desagrada la responsabilidad, prefiere que lo dirijan.
- c) Es intrínsecamente egocéntrico, indiferente a las necesidades organizativas.
- d) Por naturaleza es reacio al cambio.
- e) Es crédulo, no muy vivo, es presa fácil del -- charlatán y del demagogo.

El lado humano de las empresas hoy en día está conformado según las proposiciones y creencias como éstas. La estructura de la organización, las políticas administrativas, las prácticas y los programas tradicionales, reflejan estas hipótesis.

En el cumplimiento de su tarea, con estas hipótesis co

mo guías, la Administración se ha formado una idea de un margen de posibilidad entre dos extremos:

¿Enfoque duro o suave?

En un extremo, la Administración dentro de las empresas puede ser "dura" o "fuerte". Los métodos para dirigir la conducta implican coerción y amenaza (habitualmente disfrazada), supervisión estrecha, controles rígidos sobre la conducta.-- En el otro extremo, la Administración puede ser "suave" o "dé--bil". Los métodos para encaminar la conducta envuelven el ser tolerante, satisfacer las necesidades de las personas, para--lograr la armonía. Entonces ellas serán tratables y acepta--rán la dirección.

Esta esfera ha sido explorada correcta y completamen--te durante el último medio siglo y la Administración ha ---aprendido algunas cosas de la exploración. Existen difícilta--des en el enfoque "duro". La fuerza engendra contrafuerzas: --restricción de rendimiento, antagonismo, sindicalismo mili--tante, sabotaje sutil pero efectivo de los objetivos de la -Administración de las empresas. Este enfoque es especialmen--te difícil durante los tiempos de contratación plena de tra--bajadores.

También existen dificultades en el enfoque "suave". Con frecuencia conduce a la abdicación de la Administración, qui--zá a la armonía pero a un desempeño indiferente. Los indivi--duos obtienen ventajas con el enfoque "suave". Continuamente -

esperan más, pero les dan cada vez menos.

1.2.1 NECESIDAD DE CONFABULAR LOS ALCANCES Y EFECTOS- EN LAS EMPRESAS.

Actualmente el elemento humano es el elemento indis-- pensable en toda organización de cualquier tipo, actividad o ramo; puesto que toda empresa para lograr sus objetivos re-- quiere de la energía humana a los distintos niveles jerárqui cos con los que cuentan las empresas, ya sean directores, ge rentes, jefes, supervisores, profesionales, ingenieros, obre ros, etc.

Todo el elemento humano dentro de una organización de be estar y sentirse a gusto dentro de ella, puesto que una -- gran parte de su tiempo está dedicado al trabajo y sino está conforme con su situación dentro de una empresa su rendimien to será sumamente bajo; acarreando problemas para la entidad donde preste sus servicios, como para él mismo.

Es por ésto, que los hombres de empresa han puesto es pecial atención al aspecto humano dentro de sus organizacio nes, ya que se han dado cuenta de que si sus colaboradores - no tienen voluntad para trabajar por no estar conformes en - el desarrollo de sus actividades, los empresarios por sí so los junto con los demás recursos (materiales, edificios, ma quinaria, etc...) no podrán hacer absolutamente nada y por - ende irán al fracaso.

Los empresarios al ver que los hombres rinden, deben dejar de tratarlos como animales o como máquinas, para que éstos sean comprendidos, sean escuchados, que sientan que son parte de la empresa; que han tenido que recurrir a la problemática social.

Mediante la aplicación de buenas relaciones humanas en el seno de toda empresa, se lograrán magníficos resultados en el ámbito laboral puesto que todos los colaboradores de una organización se sienten satisfechos y si llegan a tener algún problema éste ha sido resuelto de la mejor manera posible.

Los trabajadores viendo que la empresa se preocupa por el bienestar de ellos, ellos también a su vez se preocuparán por el bienestar y éxito de la organización. Al poner en juego las herramientas de las relaciones humanas por los distintos niveles jerárquicos de la organización, sus colaboradores se sentirán más integrados a la empresa, así por ejemplo: con la comunicación se logra que todos los empleados estén enterados de lo que ha sucedido o de lo que va a suceder, sus superiores se darán cuenta de sus problemas, tanto del trabajo mismo como particulares; mediante el análisis de puestos, el personal estará situado en el lugar adecuado de acuerdo a sus aptitudes y características, mediante el entrenamiento, los empleados podrán superarse y ejecutar mejor sus labores, mediante la motivación, el personal tendrá

una fuerza positiva que lo impulse a realizar mejor sus actividades, con los incentivos, el trabajador será estimulado - para que trabaje más eficazmente, mediante los sistemas de - seguridad, los trabajadores realizarán sus funciones sin ninguna preocupación de que les pueda ocurrir algún accidente y quedar incapacitados.

El colaborador al sentirse satisfecho, a gusto, así - como saber que es tomado en cuenta como parte integrante de la empresa, pondrá todo lo que esté de su parte para obtener buenos resultados, volviéndose más productivo puesto que verá la forma de que tanto los materiales, el tiempo, así como su fuerza de trabajo sean aprovechados al máximo. La práctica de las relaciones humanas en la empresa, beneficia tanto al trabajador como a las empresas mismas, ya que con la productividad que emane de los buenos resultados se lograrán:

- a) Abatir costos de producción.
- b) Más ganancias para la empresa.
- c) Mejores sueldos para los empleados.
- d) Más y mejores prestaciones para los colaboradores.
- e) Más fuentes de trabajo.

Logrando así las empresas alcanzar éxito económico, -- puesto que tendrán más utilidades, así como una óptima imagen tanto con sus colaboradores como con el público en general.

C A P I T U L O I I

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es el hombre, por su propia naturaleza, el ser privilegiado de la Creación. En cumplimiento de un designio providencial contenido en el Génesis: "Y domine (el hombre) sobre los peces del mar, y las aves del cielo, sobre las bestias domésticas, y sobre toda la tierra", el hombre se ha enseñoreado del mundo que lo rodea. Dotado de una inteligencia superior y movido por un innato anhelo de felicidad, ha descubierto, gradualmente, las leyes que rigen el Universo. Aplicando estas leyes ha creado la técnica, y por medio de la técnica, ha puesto al servicio del hombre las fuerzas de la naturaleza.

Así entonces, el hombre tiene un destino trascendente. Por su propia naturaleza es un ser inteligente y con voluntad, y por lo tanto, libre y digno.

Toda organización económica y social debe partir del hombre y volver al hombre, ya que éste es el autor, el centro y el fin de la vida económico-social. La dignidad no le viene por lo que tiene sino por lo que es. El valor de la dignidad del hombre supera a cualquier otro en el mundo. Y su verdadero desarrollo sólo será auténtico, si incluye, el de sus facultades, características de iniciativa, libertad, responsabilidad y sociabilidad. Así, el hombre libre por naturaleza, tiene que perfeccionar ésta, en el mundo social y ---

ejercitar su libertad en provecho de él mismo y de los demás.

Todo hombre, por su misma naturaleza, tiene derechos y deberes que son universales e inviolables, y a la vez, hay derechos y deberes particulares, de acuerdo con la función que desempeña en la sociedad. Estos derechos y deberes se apoyan en los lineamientos de la responsabilidad social.

Existen diferentes opiniones de personas con conocimientos en la materia en cuanto a definir la responsabilidad social, siendo éstas:

El C.P. Alfredo Amezcua, miembro fundador de la USEM [Unión Social de Empresarios Mexicanos] y gran precursor de la responsabilidad social en México opina:

*"Que la responsabilidad social es la obligación que tienen las empresas de buscar, no únicamente, las necesidades de mercado y satisfacer intereses económicos de quienes tienen un interés lucrativo dentro de la empresa, llámense accionistas, empleados, trabajadores, proveedores, etc. Reconoce como obligación, el satisfacer una serie de objetivos de interés común, derivados de la justicia conmutativa, o sea, que necesita incorporar a sus objetivos, fines de tipo no económico, que son los que tienen que ver con el bien común".

La opinión de la C.P. Oralia Casasola, catedrática de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.N.A.M. es:

**"La responsabilidad social de la empresa, es la obli

* Revista USEM
1976

** Auditoría Social
Tesis Profesional
C.P. Oralia Casasola
UNAM 1983

gación que contrae la empresa, con la sociedad en que vive, - de responder como grupo social, con personalidad jurídica - propia e independiente a la de los miembros que la constituyen, de los resultados que su actividad económico-social, - produce en la comunidad, durante un período determinado".

Atendiendo a las definiciones anteriormente citadas, - puedo señalar que cuando se habla de responsabilidad social, se quiere decir que la política social de la empresa que incluye la promoción de los intereses colectivos e individuales de sus miembros debe ser integrada en la política de conjunto.

Es decir, que el dirigente de empresa debe estar presto a renunciar al monopolio del poder y compartirlo con -- otros seres humanos.

Responsabilidad social quiere, también decir, que la búsqueda de la utilidad, garantía indispensable de continuación de la empresa y del empleo, no puede ser sino un medio, no el fin último.

Responsabilidad social implica, más allá de las condiciones de trabajo justas, la participación de los trabajadores en los objetivos de la empresa y el reparto de benefi---cios.

2.1 OBJETIVOS SOCIALES

Es importante tener presente que las empresas ya no se conciben dentro de sus límites estrechos de otras épocas, por el contrario, su dimensión las hacen ser un instrumental que influye sobre los poderes políticos, sobre la sociedad en general y sobre sus componentes humanos en particular.

Las empresas contempladas desde un punto de vista económico-social, se entienden como el grupo de hombres organizados jerárquicamente cuya finalidad es la producción de bienes o la prestación de servicios, o ambos, con un beneficio a los aportadores del capital.

Las empresas a fin de poder funcionar necesitan satisfacer objetivos organizacionales, dados por el medio y la propia organización. Cada objetivo se dirige según lo muestra la tabla a varios grupos de personas.

<u>Objetivo Institucional</u>	<u>Grupo a quien satisface</u>
Producción y/o servicio	Clientes o usuarios
	Miembros de la propia Organización
Social	Colectividad
	Gobierno
	Acreeedores
Económico	Dueños o accionistas

De servicio: Proporcionar a sus clientes o usuarios-
productos o servicios de calidad óptima, precio equitativo y
disponibilidad en el tiempo oportuno.

Social: Este objetivo, se refiere principalmente al -
beneficio de las partes interesadas en la propia empresa: -
personal de la empresa, así como público y Gobierno.

¿Cómo cumple con el objetivo social hacia sus emplea-
dos, la comunidad y el Gobierno?

Con sus empleados, pagándoles salarios justos y otor-
gándoles todo tipo de prestaciones que protegan al trabaja--
dor y a su familia, así como facilitándoles capacitación.

Con la comunidad debe basarse en el respeto recíproco,
no contaminando el medio ambiente principalmente y con el Go-
bierno, proporcionándole a través del pago de sus obligacio-
nes tributarias, los medios para el logro de su objetivo que
es el bien común de la sociedad.

Económico: Proteger los intereses económicos de la em
presa, de sus acreedores y accionistas, logrando la satisfac-
ción de dichos grupos por medio de la generación de riqueza.

Si bien es cierto que un porcentaje muy elevado de -
las empresas sólo persiguen obtener utilidades, se está cons
ciente que en un corto tiempo, aquéllas que no ofrezcan un-
beneficio social se verán en la necesidad de desaparecer y -
dar paso a las que acepten y cumplan con su responsabilidad-
social.

Por otra parte, aquellas empresas que cumplan con sus obligaciones para con sus trabajadores, se verán beneficiadas ya que sus empleados al desarrollarse en un medio satisfactorio producirán más y mejores productos, lo cual permitirá a la organización competir en el mercado con la seguridad absoluta de la calidad de sus productos y obtener mayores niveles de utilidad y a su vez, ampliar las empresas y crear nuevas fuentes de trabajo, y con eso, beneficiar a la sociedad.

2.2 TEORIAS EXPLICATIVAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Existen una serie de teorías que tratan de fundamentar la existencia de la empresa en su responsabilidad social y que van, desde la teoría de la empresa que asume que dicha organización es una unidad social, operada para el beneficio de los numerosos grupos interesados, que en su forma más amplia incluye accionistas, acreedores, empleados, gobierno, clientes y público en general; hasta la teoría del aprovechamiento óptimo de los recursos, en donde encontramos que la propiedad de todos los recursos es la sociedad, quien en forma graciosa, asigna el uso de dichos recursos: humanos, materiales y tecnológicos, a las empresas.

Tradicionalmente, la responsabilidad fundamental de los ejecutivos de empresa había sido obtener una ganancia máxima para los inversionistas. Actualmente, están ante la disyuntiva de modificar o de abandonar esta meta de maximización de ganancias para interesarse seriamente en el bienestar de la comunidad.

Este interés puede manifestarse en diversas formas, pero las más importantes se materializan bajo el aspecto de:

- a) Detener el aumento de los precios de venta ante la presión de costos cada día mayores.
- b) Ofrecer adiestramiento y empleos especiales.

- c) Invertir en equipo, a fin de reducir al máximo la contaminación del ambiente.
- d) Contribuir al sostenimiento de organizaciones y actividades educativas y artísticas.
- e) Permitir a sus funcionarios el tomar parte activa en obras sociales.

El elemento común a todas estas alternativas es la separación de las consideraciones económicas que casi siempre han servido de criterio de evaluación.

Ante esta actitud, la consideración más realista es - que la sociedad se está acercando a una redefinición básica del papel y de la responsabilidad de la empresa. O sea, que reconocen como obligación el satisfacer una serie de objetivos de interés común.

La empresa puede tener fines económicos como la óbtención de utilidades y la maximización del valor de la empresa para sus accionistas. Para esto, necesitan satisfacer la necesidad del mercado. Pero si la empresa únicamente maximiza el valor de las acciones y satisface las necesidades de un mercado, no puede decirse que esté desarrollando una responsabilidad social. Necesitan incorporar a sus objetivos, fines de tipo no económico, los que tienen que ver con el bien común más allá de lo que implican las necesidades de tipo económico. O sea, la empresa que busca el aumento de la ocu-

pación y grado de empleo; la que busca la elevación del nivel educativo de sus propios empleados y de la comunidad en la que opera; la empresa que se preocupa por el bienestar de la comunidad en términos de deportes, de seguridad social, - escuelas, etc.; pero sobre todo, aquélla que subordina y que está dispuesta a subordinar sus intereses económicos a objetivos de interés general que trascienden al objetivo económico, típicamente es el caso de la elevación del nivel de empleo y la mayor distribución del ingreso.

2.3 BREVES ASPECTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tal vez porque han triunfado en demasía las empresas, los críticos esperan demasiado de los empresarios. Se vuelven hacia éstos para que realicen cosas para las que tal vez no están preparados. Por lo cual se plantean las siguientes preguntas:

¿ Acaso el mundo de los negocios tiene realmente una conciencia?

¿ Tiene convicciones?

¿ Puede asumir compromisos con la sociedad?

¿ Es una máquina conducida por hombres anónimos, cuya sola ocupación es ganar dinero?

Hace 20 años, la función de la empresa era la de producir bienes, crear fuentes de trabajo y hacer posible un nivel de riqueza que pudiesen compartir todos. Pero hoy, se pide mucho más a la dirección de una empresa; que supere su función comercial y desempeñe un papel activo en el cambio social.

Las empresas, así como las publicaciones especializadas, empiezan a tratar el tema de la responsabilidad social. Se realizan conferencias, mesas redondas y aún las empresas inician campañas publicitarias para crearse una imagen de responsabilidad social.

La triste verdad, sin embargo, es que a pesar de tan-

to "bombo y platillo", hay muy poco en cuanto a evidencia -
concreta, respecto a si una empresa está actuando en forma -
tal que responda a las exigencias de la sociedad.

En la actualidad, existe mayor conciencia social con-
relación a años anteriores; hay más conciencia social de las
empresas y de los empresarios. Pero en términos generales, -
la responsabilidad social no se lleva a cabo. Y se practica-
sólo excepcionalmente, inclusive entre los empresarios que -
aceptan ya la noción de la responsabilidad social o de obli-
gaciones sociales como algunos le llaman.

Aquéllos que aceptan ya la existencia de este tipo de
responsabilidad, poco han hecho en la práctica para cambiar-
sus políticas y los objetivos de la empresa con relación a -
la forma voluntaria de implantar programas que tiendan a me-
jorarla dentro de la empresa.

Existe una barrera para mejorar programas y políticas
de beneficio social por parte de las empresas. Esto se debe-
a que la mayoría de las empresas, en México, son dirigidas -
por los dueños del capital mayoritario. Esto impide el im---
plantar programas de beneficio social, porque constituyen -
una merma a sus intereses personales y a su patrimonio.

La primera actitud que deberán tomar los empresarios-
es la de no oponerse a los cambios que se deriven de la le--
gislación laboral, sino a entender el por qué de las leyes -
que benefician a los trabajadores y a los empleados.

Pero la implantación de programas de beneficio social no sólo acarrea costos de operación. A continuación se muestran varios tipos de acción social y sus correspondientes - costos y beneficios financieros.

Beneficios y costos financieros que se derivan de beneficios sociales creados por decisiones de la empresa:

<u>BENEFICIOS SOCIALES</u>	<u>BENEFICIOS FINANCIEROS</u>	<u>COSTOS FINANCIEROS</u>
<u>Para los empleados</u>		
Beneficios marginales a los empleados	Una mejor moral, que se traduce en superior productividad y reducida rotación y - costos de adiestramiento.	Costos generales.
Progreso en la carrera [los aumentos en - salarios ameritados - por incrementos en - responsabilidad y/o - productividad].	Superior productividad.	Mayores costos directos de mano de obra.
Calidad de espacio y ambiente laboral.	Superior moral y eficiencia de trabajo, elevando la productividad y reduciendo los gastos de reclutamiento y - de rotación.	Mayores costos directos de las instalaciones.
<u>Para la comunidad local</u>		
Impuestos pagados.	No se requiere que los servicios a la comunidad los - compre la empresa.	Costos de los impuestos pagados.
Mejoría ambiental.	Buena voluntad de la comunidad.	Costos de la mejoras
<u>Para los consumidores</u>		
Valor mayor de servicios y productos entregados al cliente, - más allá de su precio de mercado.	Costos de venta reducidos - y mayores ingresos futuros - [buena voluntad del cliente] y reputación y costos reducidos de reclutamiento.	Costos de proporcionar excedentes de - consumidor.

Al público en general

Impuestos federales-
y estatales pagados.

Costo de servicios pagados
por los impuestos inferior
a que si se compraran en -
lo privado.

Servicios federales
y estatales (por -
ejemplo: implanta--
dos por ley, salu--
bridad pública, edu--
cación), que no se -
requiere que los -
compre la empresa.

Beneficios y costos financieros derivados de los cos-
tos sociales creados por decisiones de la empresa:

COSTOS SOCIALES

BENEFICIOS FINANCIEROS

COSTOS FINANCIEROS

Para los empleados

Desigualdad de oportu-
nidad.

Reducción en costos de mano
de obra a corto plazo (de -
lo que hubieran sido en un
mercado de "paga igual por-
trabajo igual")

Aumento en costos -
de mano de obra, a -
consecuencia de la -
insatisfacción de -
los empleados y una
mayor rotación.

Para la comunidad local

Contaminación ambien-
tal.

Ahorro de gastos de servi--
cios que de otro modo pro--
porcionaría la empresa, así
como ahorro de costos de -
aparatos y procesos para la
reducción de la contamina--
ción.

Costos de impuestos
pagados para sufra-
gar los servicios.-
Reacción hostil por
parte de la comuni-
dad, resultando po-
siblemente en gas--
tos legales, mayo--
res costos de reclu-
tamiento y multas -
que elevan el costo
de producción.

Como puede verse, todo beneficio y costo social trae-
aparejados beneficios y costos financieros y viceversa. En -
una Auditoría social tendrían que cuantificarse para determi-
nar el impacto financiero neto de determinado beneficio so--

cial o costo y viceversa. Por ejemplo: las decisiones en lo que respecta a la calidad del producto y la publicidad podrían ser incorrectas si se basan únicamente en consideraciones financieras. Aquellos productos parcialmente inseguros o una publicidad engañosa acerca de ellos, quizás hagan crecer las utilidades temporalmente; pero los costos sociales de estas políticas rápidamente se convertirían en gastos financieros, debido al disgusto público cuando se dieran cuenta de los riesgos de los productos.

2.4 PROBLEMATICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

2.4.1 EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD.

El constante y creciente clamor sobre la inversión extranjera, la falta de interés de los inversionistas nacionales, los desperdicios de los recursos y el desempleo no puede apagarse. A medida que estas disparidades se aprecian, se puede esperar el crecimiento de los conflictos entre grupos sociales conscientes y los intereses institucionales. Más aún, con la toma de conciencia en los problemas del medio ambiente, surge la posibilidad de conflictos, respecto a una gran variedad de problemas sociales. Como ya se mencionó, por medio ambiente entendemos no sólo al entorno físico sino también social en los cuales vivimos.

De hecho, el conflicto no es alarmante. Lo es su mala administración. En consecuencia, necesitamos:

- a) De sistemas políticos, económicos y sociales-capaces de administrar y aplicar la tecnología en forma más adecuada.
- b) De instituciones más flexibles a nivel humano que se responsabilicen de la comunidad.
- c) De estructuras sociales adicionales que sirvan de intermediarios en los conflictos sociales.

Es el interés de las empresas y de otras instituciones, así como de la sociedad en general, el desarrollar políticas que puedan dar una solución adecuada a los aspectos conflictivos anteriormente citados.

La dificultad estriba en adaptar las herramientas del capitalismo a las nuevas necesidades, las cuales una vez que sean ampliamente percibidas y sentidas, revelarán el valor de los sistemas de medición social.

Dos acontecimientos apoyan esta opinión:

Por un lado, el triunfo visible del sistema de empresa privada y su extraordinario éxito en la aplicación de ciencia y tecnología para la creación de riqueza bajo una hábil administración. Y por otro lado, la creciente aceptación de que la riqueza no sólo conduce a un deseo de más bienes económicos, sino que también nos lleva a un interés en la calidad de la vida.

Así pues, el reconocimiento de estos antecedentes no puede más que llevarnos a cuestiones inquietantes: ¿cuáles son los modos y los medios de dirigir esta potencia creadora de riqueza, hacia la eliminación de la pobreza?, ¿cuáles son las mejores condiciones de vida urbana y rural?, así como, ¿a qué se deben las desigualdades económicas y sociales?. -- Para dar una respuesta satisfactoria, deben surgir una serie de interrelaciones entre empresas privadas, gobierno, organi

zaciones no económicas y los individuos.

Por lo tanto, la situación económico-social de México nos hace ver a importantes sectores de la población, que pasan por situaciones de premura en la alimentación, de aglomeración en la vivienda, de analfabetismo absoluto, de desempleo permanente y de subempleo vergonzante. De lo que se deduce, que los propietarios y dirigentes de las empresas no han puesto el empeño suficiente para que éstas sirvan al provecho de la comunidad en general.

Es innegable que en nuestro país y en muchos otros, la sociedad examina severamente a la empresa privada y se pregunta si, en la actualidad, sus finalidades, su estructura, su filosofía y su modo de operar responden a las aspiraciones del hombre de hoy.

2.4.2 CRITICAS A LA EMPRESA.

El desarrollo de la técnica fue la base para el crecimiento de la empresa moderna. A su vez, la empresa impulsó un mayor desarrollo de la técnica. Se crearon laboratorios de investigación, con presupuestos ilimitados, con la finalidad de encontrar nuevos productos, nuevos métodos para producirlos, nuevas máquinas para automatizar la producción, nuevas técnicas administrativas para optimizar los recursos disponibles.

La producción de innovaciones técnicas se ha convertido

do actualmente en el objetivo más importante de las empresas modernas. La necesidad de conquistar los mercados, de mantener una ventaja competitiva sobre las demás empresas, de aumentar los márgenes de utilidad, obliga a los consorcios industriales a desplegar grandes esfuerzos de investigación y desarrollo.

Estos esfuerzos son alentados y reciben efectiva colaboración, de parte del gobierno y de las Universidades, a través de Institutos privados y públicos de investigación que se establecen para el efecto, y que originan una renovación permanente en la creación industrial.

Las empresas, que desde el principio tienen éxito con sus innovadoras técnicas, desplazan a las que no son capaces de modernizarse. Con el tiempo, las empresas más agresivas y que mantienen su ritmo de evolución tecnológica, se han convertido en gigantes complejos industriales, que disponen de mayores recursos y tienen más poder económico que países enteros.

Por estas razones, la empresa ha caído en una indiferencia completa, ya que se dedica únicamente a la maximización de utilidades, olvidándose de las necesidades de los empleados, de los trabajadores y de la comunidad en general. Es por eso que la empresa es blanco de múltiples críticas, entre las cuales podemos mencionar:

- a) Que tiene obsesión por el lucro y no toma en cuenta, en sus objetivos y prácticas, valores no económicos.
- b) Que usa a los trabajadores como cosas y los explota deliberadamente.
- c) Por medio del crédito y la publicidad, fomenta exceso en el consumo y la adquisición de bienes superfluos.
- d) Que se despreocupa de la contaminación del medio ambiente.
- e) Que en algunas ocasiones, sus utilidades proceden de simple especulación y no de una actividad creativa.
- f) Que ha llevado la racionalidad económica y el uso de la técnica a extremos socialmente inaceptables.
- g) Que favorecen la creación de un élite económica, desligada de las aspiraciones de las mayorías populares.
- h) Que en nuestro país, no suele generar suficientes empleos, por su tendencia a copiar técnicas de producción de países avanzados.

En estos momentos en que la sociedad se debate entre las tensiones de un proceso que la está transformando, es in

dudable que la empresa, pieza clave de la sociedad, debe renovarse. Debemos tratar de crear una empresa nueva, una empresa altamente productiva y plenamente humana.

Esta nueva empresa, llegará a ser una realidad si -- existe un denodado esfuerzo de comunicación entre todos los agentes sociales, implicados: los empresarios, los trabajadores y el gobierno.

2.4.3 QUEJAS DEL TRABAJADOR.

Siendo la clase obrera la principal generadora de riqueza en el proceso de producción, es, sin embargo, la menos retribuida económica y socialmente. Existe un permanente descontento de este sector, por considerar, con justificada razón, que las actitudes de los jefes de empresa están encaminados al logro de mayores utilidades y a la acumulación de riqueza, sin considerar el aspecto humano.

En la producción, para que la propiedad no se convierta en un instrumento de opresión para el trabajador, habrán de evitarse los salarios bajos, las jornadas excesivas, la insalubridad e inseguridad de las tareas y aquellas condiciones de trabajo que embrutece al hombre. Actualmente, contra la monotonía, la rotación y el ausentismo, existen técnicas muy avanzadas en relaciones humanas, en la participación de responsabilidades en equipos de trabajo, en el enriquecimiento de la tarea y otras.

Es obligación grave del propietario, exigirse a sí mismo o exigir a sus delegados en la gestión de la empresa, una evolución en el estilo de mando, para que desaparezca el directivo autoritario explotador y el directivo autoritario-paternalista, y que aparezca el consultivo, el participativo, el que fomenta la creatividad y el que comparte, de algún modo, la iniciativa, la libertad y la responsabilidad con todos sus colaboradores. De lo contrario, la propiedad de los bienes productivos se convierte en un instrumento de explotación.

C A P I T U L O I I I

CONTABILIDAD SOCIAL

En los Estados Unidos, a principios de la década de 1970, muchas empresas sintieron ya la imperativa necesidad de preparar un informe relativo a su conducta social conjuntamente con su informe anual financiero. Este balance social debe hacer notar las ventajas que los diversos grupos de la sociedad han recibido de la empresa, durante un período determinado y las ventajas que la empresa ha recibido de parte de terceros: Gobierno, comunidad, instituciones científicas.

3.1 AREAS DE APLICACION DE LA CONTABILIDAD SOCIAL.

En el ámbito de la responsabilidad social, se pide a los empresarios que rindan cuentas especialmente en:

- a) Protección ambiental. En cuanto a: instalación de equipo moderno, dar servicios de ingeniería a nuevas instalaciones para efectos ambientales mínimos, investigación y desarrollo tecnológico, etc.
- b) Protección al consumidor: Mayor valor de servicios y productos entregados al cliente, más allá de su precio de mercado, veracidad en la propaganda y productos perfectamente probados.
- c) Contribución a la comunidad. En lo que se refiere a: establecimiento de nuevas escuelas, dirección y apoyo financiero a la planeación-

y desarrollo citadino y regional, construcción de viviendas para personas de bajos ingresos, mejoramiento de sistemas de transporte, establecimiento de hospitales, clínicas y servicios de atención intensiva.

d) Participación en asuntos relacionados con la cultura y las artes. En cuanto a: Canalizar apoyo financiero a instituciones artísticas y fomento de las artes, crear apoyo indirecto como gasto comercial mediante donativos en especie, auspiciando el talento artístico y dándole publicidad, etc.

e) Empleo y adiestramiento. Reclutamiento de personas con impedimentos.

El frente más difícil en esta nueva Contabilidad Social, es el que deriva de este hecho: Todos sospechan que los empresarios no toman en cuenta todas estas preocupaciones y ponen siempre sus ganancias por encima del bien público.

Por eso, se impone que los empresarios se muestren más optimistas, innovadores, competentes y con capacidad de dirección.

La razón para que una Contabilidad Social no exista, son los múltiples problemas involucrados, así como resisten-

cia al cambio que esto implica.

Será preciso ver las razones en favor de la Contabili-
dad Social, las dificultades implícitas y por último, un en-
foque a su presentación.

3.2 MEDICION DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL.

Es misión de la Auditoría social proporcionar una información más objetiva, exacta, fiel y completa, sobre el comportamiento social de una empresa. El auditorio primordial para esta información es la gerencia, que puede actuar con base en ella de muchos modos. Probablemente la pregunta más fundamental a que se enfrentan los ejecutivos responsables, y que se refiere a actividades de responsabilidad social de la empresa, es: "¿Es esta una buena inversión?", la respuesta no es simple, porque la palabra "esta" comprende actos de la empresa con impactos sociales diversos, cuya gama y variación es enorme; además se plantean las siguientes preguntas:

¿Por qué cuantificar la responsabilidad social de las empresas?

- Sin la cuantificación, los gerentes, inversionistas y empleados, no pueden tomar decisiones inteligentes y fundamentadas.
- Sin la cuantificación, es difícil impedir que las empresas tomen declaraciones engañosas, enumerando muchas pequeñas virtudes para obscurecer vicios enormes.
- Sin la cuantificación, la defensa de las empresas contra acusaciones de no contribuir a la

sociedad puede carecer de sentido persuasivo.

- Sin la cuantificación, las aseveraciones de los reformadores sociales en el sentido de que algunas empresas están consumiendo más bienes de los que producen, pueden pasar sin prueba alguna.
- Sin la cuantificación, no habrá base de datos para estimular y respaldar la investigación.

¿Dónde debe iniciarse la cuantificación de la responsabilidad social?

- Dondequiera que parezca urgente y factible, o sea, donde los elementos integrantes de las empresas estén urgiendo de decisiones mayores y donde existan suficientes datos que proporcionen cierta base de medición.

¿Cuándo debe empezar la cuantificación?

- Tan pronto como se entienda la necesidad de ello. En la mayoría de las empresas esto consistirá en las presiones externas que requieren una base para decisiones socialmente significativas, en vez de simple juicio.

¿Cómo debe cuantificarse la responsabilidad social?

- El método principal para determinar la valía de las inversiones sociales es el de establecer el "valor de mercado" al evaluar los bene-

ficios y costos sociales.

La responsabilidad del auditor social es la de medir la tendencia central del valor de mercado de cierto beneficio social o su costo para los individuos afectados y, específicamente, no introducir la propia estimación personal del auditor social respecto al "verdadero" o valor social último de determinada acción.

El concepto de valor de mercado para estimar el equivalente en dinero de los costos y beneficios sociales generados por las empresas se funda en el concepto de soberanía del consumidor. Se supone que las preferencias del consumidor son soberanas en el mercado de bienes y servicios sociales, del mismo modo que lo son en el mercado de bienes y servicios económicos.

Veamos los pasos específicos que comprende el proceso de cuantificar los beneficios y costos sociales:

En primer lugar, el impacto estimado de determinado acto empresarial se identifica en términos de qué poblaciones o elementos en particular son afectados.

En segundo, se hace una determinación por medio de encuestas de muestreo, entrevistas o analogías con experiencias similares del pasado, sobre si ese acto se percibe como beneficio o como costo por las poblaciones afectadas.

El siguiente paso, es determinar el grado o cantidad de beneficio o costo, como lo percibe la población afectada.

Esto se determina sobre la base de un costo o beneficio unitario promedio, en términos monetarios, por persona afectada. Ese costo unitario o beneficio se multiplica por el número total de personas afectadas, para llegar a una medición total de beneficio/costo.

Quedando medidos de esta manera, tanto los beneficios sociales, como el costo social. Así, el beneficio o costo social unitario de determinada acción o proceso de una empresa se establece estimando su valor de mercado monetizado en promedio, para los individuos afectados. Este valor de mercado debe determinarse sobre la base de analogías o acciones sociales idénticas o similares, que tengan un precio o costo específico atribuido a ellas por los consumidores o, cuando no se han establecido tales precios, se utiliza el método de "fijación de precios de sombra". Definiendo el método de "fijación de precios de sombra" diremos que es "el valor que no se deriva del mercado". Por ejemplo, el precio de sombra de un insumo en un proceso de producción de una empresa sería el valor del insumo para la firma, en contraposición con el precio de mercado que la empresa pagó por el mismo.

Los pasos para cuantificar los beneficios y costos sociales, se comprenderán con el siguiente ejemplo:

Al instalar equipo anticontaminante en una planta, el propósito es reducir la emisión de partículas de polvo procedentes de las chimeneas. El costo de colocar depuradores en

las chimeneas se mide por el costo del equipo y por su instalación. El cambio físico que resulta, se traduce en aire más limpio en beneficio de la salud de la comunidad; por lo tanto la reacción por parte de los empleados y la comunidad es positiva.

Al instalar el equipo anticontaminante, se colabora con el gobierno al acatar las disposiciones legales contra la contaminación ambiental. Obteniéndose beneficios fiscales en cuanto a la inversión en equipo anticontaminante, cuya depreciación es a tasas elevadas para efectos de la Ley del Impuesto Sobre la Renta. Determinándose en este ejemplo beneficios sociales.

Es vital que la medición se base en una buena, si no es que perfecta, información. La precisión en esta etapa inicial de responsabilidad social puede tener un gran impacto en el éxito del esfuerzo a largo plazo. Datos falsos dañarán la confianza y credibilidad en todo el proceso y limitarán por años su impacto en las empresas.

Finalmente, es claro que la contabilidad social, deberá ser tan imparcial y fría como sea posible.

La primera dificultad involucrada para implantar este tipo de contabilidad, es la selección de las áreas de actividad a ser medidas. Con frecuencia tenemos las áreas de protección ambiental, protección al consumidor, contribución a la comunidad, participación en asuntos cívicos y oportuni-

des para grupos marginados. Estos problemas, pese a una primera impresión de insalvables, pueden enfocarse desde el punto de vista de ramas de actividad económica. Por ejemplo, la banca, por lo general, no está involucrada directamente, pero podrá medirse con base en la contaminación ambiental, en sus edificios [localización, apariencia y deseabilidad en la comunidad] así como por el monto y tipo de créditos concedidos a empresas contaminantes. En consecuencia, siendo la empresa una unidad integrante de una rama de actividad, parece razonable el asumir que un conjunto de áreas pueden ser determinadas como de interés preponderantemente en dicha rama. De manera similar, un área dada puede dividirse para reflejar los aspectos propios y específicos.

Una segunda dificultad, y que con frecuencia significa el abandono de los esfuerzos realizados, lo es el problema de la evaluación de las áreas de interés, mencionadas algunas en párrafos anteriores.

Por ejemplo, es muy difícil decidir qué valor debemos darle a una empresa líder en el área de contratar y desarrollar individuos que pertenecen a grupos marginados, pero que simultáneamente contamine en forma constante el ambiente. La única solución inmediata es dejar el problema para el último paso de la contabilidad social y tal vez, por el momento, ignorar el valor negativo de la contaminación y considerar únicamente los valores positivos. Pero será preciso, a la larga,

desarrollar una serie de reglas y normas que estructuren la teoría de la contabilidad social.

Además, las empresas necesitan identificar áreas de gran ventaja en la acción social. Necesitan enfocar la atención sobre actividades de alto rendimiento, en vez de desperdiciar sus escasos recursos en batallas de poca importancia.

Las áreas de gran ventaja en la acción social incluyen:

- Aquéllas sobre las cuales la empresa tiene un alto grado de control [sus propias prácticas de empleo, medidas ambientales y métodos de producción y mercadotecnia].
- Aquéllas que ofrecen altas promesas de ser productivas socialmente [igual oportunidad de empleo, progreso ascendente, seguridad de empleo, mejoramiento ambiental, desarrollo económico, salud, educación y adiestramiento y todas aquellas cosas que aumentan el activo humano], y
- Aquellas actividades que tienen un alto grado de posibilidades de réplica [incluyendo innovaciones que tienen gran aceptación y que pueden implantarse ampliamente].

La tercera dificultad estriba en decidir qué es bueno y qué es malo. Algunos usuarios potenciales de la contabilidad social podrán pensar, que el colaborar en cierto tipo de actividades es negativo, mientras que otros pensarán que es

positivo. Esto sólo se resolverá con decisiones claras y precisas. Cualquier usuario que no esté de acuerdo con la definición dada de lo que es "bueno" y lo que es "malo", de lo que se entiende por "responsabilidad social" y de lo que no queda incluido, estará en libertad de ignorar parte de los informes.

Ya que existen varias formas de dividir la responsabilidad social entre gobierno y empresas en situaciones similares. La empresa puede definir su propia responsabilidad de modo muy estrecho, limitándola a los propios empleados de la empresa durante sus horas de trabajo únicamente; o con gran amplitud, comprendiendo a todos los individuos de la comunidad, ya sea que estén empleados en la empresa o no e involucrando todos los aspectos principales de su vida.

El ciclo de vida característico de una empresa con respecto al grado de su involucramiento con la comunidad, se ajusta más o menos a:

En la primera fase, la empresa se limita a funciones puramente económicas en su localidad, administrándolas con implacable autointerés.

La segunda fase, involucra a la empresa para proporcionar servicios a la comunidad más allá de su propia actividad económica inmediata y de ese modo llegamos a un fenómeno que se considera benigno pero que en realidad a menudo es de explotación, como el aspecto de viviendas de la empresa.

La tercer fase, incluye los intentos por parte de la empresa para imponer políticas sinceramente benévolas, pero paternalistas, dentro de la población donde está la empresa. Esta es aquella fase en la que las empresas crean escuelas, hospitales, guarderías y hasta parques, para mejorar las comunidades locales en que operan.

En cualquier caso, la solución a este particular problema de considerar que el colaborar en cierto tipo de actividades sea negativo o no, será el enunciar en términos muy específicos, qué es lo que se considera factor favorable de responsabilidad social y qué no. Para lograr una aceptación, si no absoluta por lo menos mayoritaria, será preciso asumir posiciones que aseguren la aceptación de la generalidad de los usuarios potenciales.

La cuarta dificultad reside en la determinación de qué se entiende por contabilidad social. En un extremo se encuentran quienes pretenden que lo único que se puede hacer es presentar un "noticiario" de aspectos relevantes en la esfera social. En el otro extremo están, quienes desean un sistema contable nacional que incluiría empresas privadas y públicas. El usuario encontrará poca o nula utilidad en un "noticiario", al momento de tomar una decisión. La problemática de la comparación entre diferentes ramos de actividad económica hace de la contabilidad social una tarea, al menos por el momento, imposible de realizar. Lo que sí puede llevarse-

a cabo, es calificar la participación como excelente, aceptable o inaceptable.

El último problema se materializa en la tendencia de las empresas en actuar conforme a lo "esperado" y posteriormente, a realizar lo que se hizo en aquellas áreas en donde los beneficios fueron superiores.

La contabilidad social deberá permanecer en constante cambio y responder de inmediato a las necesidades y deseo de la comunidad.

Es lógico el equiparar empresas, únicamente en relación con otras y con análogas oportunidades potenciales de acción. Además, las condiciones locales bajo las cuales opera constituyen un factor determinante en la conducta social de dicha empresa. La situación geográfica y la situación demográfica influyen en las acciones de una empresa, proveyendo tanto la oportunidad para actuar como la motivación requerida. La contabilidad social deberá implantar bases imparciales que neutralicen los efectos de situación. Esto podrá lograrse, al evaluar a las empresas desde el punto de vista de su potencial de acción o el cumplimiento de las reglas y leyes locales.

El trabajo más intenso consistirá, en la recolección y análisis de datos relacionados con una empresa y en un ramo de actividad. Una gran cantidad de datos están disponibles, los cuales deberán ser cuidadosamente estudiados y se-

leccionados. Esto es, por supuesto, una tarea masiva. Existen como fuentes: documentos oficiales que presentan la postura de las autoridades gubernamentales, también se cuenta con un gran número de teorías sobre el impacto socioeconómico, experiencia práctica y datos concernientes a la relativa efectividad de varios proyectos de responsabilidad social, así como los muchos análisis de costo y efectividad de los programas de salubridad, educación, bienestar, empleo, habitación, transporte y desarrollo económico. En lo concerniente al ambiente se tienen todos los análisis de impacto de las oficinas de protección ambiental. En lo tocante a preferencias y valores de consumidores, se cuenta con todos los instrumentos de investigación por encuesta y datos recabados por investigadores de mercado. Adicionalmente, toda publicación relevante deberá ser examinada: discursos publicados, anuncios, informes anuales de desempeño social de la empresa que publican bancos, compañías de seguros y de servicio, revistas especializadas. Todo esto permitirá "sentir" la actitud general, así como las actitudes de empresas y ejecutivos.

Las publicaciones de las cámaras y asociaciones, si bien irrelevantes para una empresa dada, sí permitirán darse una idea sobre la posición adoptada por ramo de actividad económica. Claro está, que todos estos métodos no constituirán, en sí, la contabilidad social.

El siguiente paso será determinar la postura en sí de

la empresa, lo cual permitirá completar la recolección de -
datos.

Para concluir, se presentarán los datos recolectados
en un informe. Un ejemplo de estos informes sobre la respons
sabilidad social se proporcionan a continuación.

B A L A N C E S O C I A L

Al 31 de Diciembre de 1984

RECURSOS SOCIALES

PERSONAL

Personal disponible dentro de un año.	1	\$	8 225 526
Personal disponible después de un año.	2		16 276 883
Inversión en adiestramiento.	3		3 751 999
			28 254 408
Menos obsolescencia acumulada en adiestra miento.	4		1 638 428
Total personal.			26 615 980

ORGANIZACION

Creación y desarrollo de organización.	6		899 824
Creación de atención infantil.	7		51 000
Creación de auditoría social.	8		50 000
Total organización.			1 000 824

PUBLICO GENERAL Y COMUNIDAD

Servicios públicos pagados a través de los impuestos.	10		790 000
Total recursos sociales disponibles.			\$ 28 406 804

COMPROMISOS Y OBLIGACIONES SOCIALES

PERSONAL

Salarios por pagar al personal.	5	\$ 26 615 980
Total personal.		<u>26 615 980</u>

ORGANIZACION

Requisitos financieros de la organización.	9	<u>1 189 000</u>
Total organización.		1 189 000

PUBLICO GENERAL Y COMUNIDAD

Contaminación acumulada al ambiente por la generación de electricidad.	11	168 000
Contaminación acumulada al ambiente por el transporte del personal.	11	77 000
Contaminación acumulada al ambiente por el papel consumido.	11	<u>25 000</u>
Total público general y comunidad.		270 000
Total compromisos y obligaciones.		28 074 980

PATRIMONIO

Contribuido por el personal.		0
Contribuido por la organización.		(188 176)
Contribuido por el público general y comunidad.		<u>520 000</u>
Total del patrimonio.		331 824
Total de compromisos, obligaciones y patrimonio.		<u>\$ 28 406 804</u>

ESTADO DE RESULTADOS SOCIAL

Del 1° de Enero al 31 de Diciembre de 1984.

BENEFICIOS SOCIALES

PERSONAL	12		
Salarios pagados por tiempo trabajado.	13	\$	6 472 736
Progreso en la carrera.	14		758 000
Vacaciones y días festivos.	15		762 728
Seguro de salud, dental y vida.	16		453 992
Permiso por enfermedad.	17		184 920
Plan de ingresos por retiro.	18		117 920
Plan de propiedad de acciones por empleados.	19		30 000
Servicio de alimentos al personal.	20		73 000
Estacionamiento.	21		120 600
Calidad de espacio de trabajo.	22		121 672
Reembolso de colegiaturas.	23		22 994
Servicio de atención infantil.	24		26 001
Caja de ahorro.	25		16 000
Centro recreativo.	26		35 325
Total beneficios al personal.			<u>9 195 888</u>

CLIENTES/PUBLICO GENERAL

Valor de investigación por contrato.	33		15 806 000
Impuestos federales pagados.	34		462 000
Valor en impuestos estatales y federales de nuevos empleos creados.	35		25 000
Impuestos estatales pagados.	34		109 000
Contribución al conocimiento.	36		72 000
Total beneficios a clientes.			<u>16 474 000</u>

COMUNIDAD

Impuestos locales pagados.	43		118 000
Valor en impuestos locales de nuevos empleos creados.	44		4 000
Mejoras ambientales.	45		25 000
Zona de estacionamiento reducida.	46		0
Total beneficios a la comunidad.			<u>147 000</u>
Total beneficios sociales.		\$	<u><u>25 816 888</u></u>

COSTOS SOCIALES

PERSONAL

Costo de oportunidad del tiempo trabajado.	27	\$ 7 509 000
Ausencia del plan de retiro.	28	0
Separaciones y terminaciones involuntarias.	29	114 168
Desigualdad de oportunidad.	30	1 000
Pérdidas no compensadas debido a robos.	31	1 000
Reducida área de estacionamiento.	32	0
Costo total de personal.		<u>7 625 168</u>

CLIENTES/PUBLICO GENERAL

Costo de trabajo por contrato a clientes.	37	15 806 000
Servicios federales consumidos.	38	253 000
Servicios estatales consumidos.	38	95 000
Contaminación al ambiente.		
Causada por las operaciones de la em- presa:	39	
Generación de electricidad.	40	55 000
Transporte de los empleados.	41	19 000
Papel consumido.	42	7 000
Costo total a clientes.		<u>16 235 000</u>

COMUNIDAD

Zona de estacionamiento aumentada.	47	3 000
Servicios locales consumidos.	48	42 000
Costo total a la comunidad.		<u>45 000</u>
Total costos sociales.		<u>23 905 168</u>

INGRESO SOCIAL NETO

De personal.		1 570 720
De clientes.		239 000
De la comunidad.		102 000
Total ingreso social neto		<u>\$ 1 911 720</u>

El Balance Social presenta:

- Recursos sociales.- Son recursos que prometen proporcionar futuros beneficios sociales y económicos y que constituyen un recurso social para la empresa, valorizados a su valor actual; clasificados en personal, organización, público general y comunidad.
- Compromisos y obligaciones sociales.- Son las futuras fuentes de costo económico o social y están valuadas a su actual valor económico; clasificados en compromisos para con los empleados, obligaciones de la organización y compromisos y obligaciones para con el público y comunidad.

La diferencia entre los recursos sociales y los compromisos y obligaciones sociales nos da el patrimonio de la sociedad. Definiendo el patrimonio diremos que es la inversión de la sociedad en la empresa; está creado por el reconocimiento de la diferencia entre el aumento neto en valor de los recursos sociales y los compromisos y obligaciones sociales.

El estado de Resultados Social se divide en dos partes:

- Beneficios sociales.- Son recursos sociales o económicos que son generados por las operacioo

nes de la empresa y tienen un impacto positivo o se suman a los recursos de la sociedad.

- Costos sociales.- Son los recursos sociales o económicos que son consumidos por las operaciones de la empresa y que constituyen un costo, sacrificio o detrimento a la sociedad.

A los beneficios sociales se le restan los costos sociales de cada elemento componente de los beneficios sociales, a fin de determinar un ingreso social neto.

El ingreso social neto o utilidad social, es la ganancia o pérdida social para los recursos de la sociedad que resultan de las operaciones de la empresa.

El ingreso social neto no necesariamente fluye dentro del patrimonio de la sociedad, en el balance social, en la misma forma en que el ingreso financiero fluye para incorporarse a las ganancias retenidas en los balances financieros, puesto que no hay forma de registrarlo y sumarlo. Se supone que el ingreso social se distribuye conforme se crea y una forma de registrarlo sería como plusvalía; pero parece más claro considerar el ingreso social como algo que se distribuye con tanta rapidez como se produce entre todos aquéllos que en él participan. Así que, el patrimonio de la sociedad es principalmente el resultado de la diferencia neta entre los recursos sociales y compromisos y obligaciones sociales.

El estado de resultados social presenta cambios ---

anuales y el balance muestra resultados acumulativos a la - fecha. Ambos son cuantitativos en términos monetarios y ambos tienen comparabilidad de un año a otro, pudiendo la gerencia utilizar ambos en la toma de decisiones; pueden ser privados o públicos.

Una diferencia técnica entre los estados financieros y los sociales es que en los primeros el valor del dinero - es su valor en el momento en que se desembolsa o se recibe, mientras que en los estados sociales se miden las utilida-- des futuras, así como los gastos corrientes, en términos de un dinero equivalente a su valor actual. Ello se debe a que, desde un punto de vista del estado de pérdidas y ganancias, una empresa quizás tenga que sufragar todos los gastos de - una inversión social el primer año pero obtener parte de - las utilidades hasta años subsecuentes. Así pues, algo que no produzca utilidades sobre la inversión dentro de un año - tiende artificialmente a aparecer como algo que no amerita - inversión.

Quizá la diferencia más importante es que existen - principios financieros formales incorporados en las prácticas contables generalmente aceptadas, pero todavía no se - tienen principios formales para la contabilidad social.

El balance social proporciona ayuda a la gerencia - respecto a importantes cuestiones como:

¿Cuál es la escala y valía relativa de dos diferen--

tes recursos o compromisos y obligaciones sociales?

- La respuesta puede redundar en datos para hacer recomendaciones de los recursos requeridos y los recursos disponibles para diferentes tipos de proyectos sociales. Por ejemplo, el programa para el abatimiento de la contaminación de un río requiere un compromiso mucho mayor que los programas de seguridad en la producción.

¿Cuál es la productividad relativa de diferentes inversiones sociales?

- El análisis de la productividad puede resultar en recomendaciones del grado probable de impacto social por unidad de recurso invertido. Por ejemplo, los programas de educación y salubridad quizá prometan un ingreso social relativamente superior a los de bienestar.

¿Qué tan pertinente será determinada inversión social en el futuro, dada su flexibilidad [liquidez] actual?

- La flexibilidad de recursos indica su capacidad para adaptarse a las fluctuantes necesidades sociales. Por ejemplo, la capacidad para liquidar cierta inversión social que ahora carece de importancia en un sanatorio para tuberculosos y asignar esos recursos para resolver-

algún problema social de mayor significado, como el alcoholismo.

¿Qué tan eficientes son diferentes inversiones sociales para multiplicar el activo social y financiero invertido en ellas?

- El medir la eficiencia de las inversiones sociales conduce a recomendaciones relativas a las formas de maximizar la utilidad social y financiera de combinaciones alternativas de inversiones sociales y financieras.

Un serio problema para los Contadores Públicos es la contabilidad social, debido a que la valuación de los costos y beneficios sociales, y hasta la determinación de lo que podrían ser tales costos y beneficios, por lo regular resulta sumamente difícil para los que no hayan recibido adiestramiento en ciencias sociales, como la investigación por encuestas, psicología de grupo y evaluaciones del impacto de programas educacionales y de salubridad.

Por lo que el Contador Público debe auxiliarse de un grupo de expertos en ciencias sociales. Además se tendrá que aguardar hasta que las firmas de contabilidad financiera aprendan lo bastante respecto a la contabilidad social para que puedan crear procedimientos generales para efectuar la Auditoría de la conducta social de una empresa.

C A P I T U L O I V

AUDITORIA SOCIAL

La Auditoría social, es decir, el avalúo del desempeño social de las empresas en campos tales como medio ambiente, relaciones laborales, entrenamiento de su personal, ha sido hasta ahora un fenómeno casi exclusivamente americano. Pero parece que se multiplicará en los restantes años de la presente década.

La Auditoría social se aplica a la empresa para examinar las causas que originan el desacuerdo que surge cuando la obtención del rendimiento económico, no va acompañado de un desarrollo social. Por medio de la Auditoría social se examinan los efectos sociales que la empresa causa, en su afán por proteger los intereses económicos de los inversionistas; la medida en que la empresa enaltece la calidad de vida del recurso humano que la integra; el grado en que contribuye a elevar el nivel de vida de la comunidad, la calidad y cantidad de satisfactores que utiliza para elevar el bienestar de la comunidad, la medida en que afecta y contamina el medio ambiente físico en el que se desarrolla.

La Auditoría social identifica inconformidades y frustraciones, las cuales no siempre ponen en peligro a la empresa, pero sí la llevan a una utilización insuficiente de sus recursos. Además trata de perfeccionar la política social de la empresa, y a través de sus informes pugna por transformar la imagen tradicional de la empresa.

4.1 PROPOSITOS

El idóneo desempeño de toda actividad profesional requiere del apoyo que deben brindarle las normas, directrices y principios que coadyuven a orientar y regular su actividad profesional por parte de los ejecutivos al personal, en base hacia una mayor productividad y mejor servicio; hacia una cotidiana actualización en los adelantos y técnicas recientes, logrando así un desempeño individual y colectivo, fincado en una auténtica responsabilidad social.

Sabemos que todo ejecutivo fundamenta muchas de sus decisiones importantes en la información derivada de una Auditoría financiera, por lo que él también requerirá de bases apropiadas para decidir en torno a la responsabilidad social que debe cumplir, así como contar con retroalimentación para conocer los resultados de las acciones sociales que ha emprendido.

Desde luego que la Auditoría financiera tiene su propósito específico para evaluar tanto los resultados financieros logrados en un período dado como la situación financiera a una fecha determinada, pero es insuficiente para proporcionar información más allá de esos aspectos, como son los relacionados con su medio ambiente político, económico y social.

Ante esa insuficiencia informativa, los ejecutivos de alto nivel perciben y sienten la necesidad de ser auxiliados por otros medios, para entender y manejar la responsabilidad-

social, como algo concreto y parte de la empresa, y no como un simple enunciado abstracto.

La Auditoría social es el instrumento requerido y lógico para lograr ese propósito. Para entender la naturaleza y proceso de la Auditoría social partiré de que todo tipo de Auditoría, sea financiera, fiscal o administrativa, tienen aspectos comunes de esencia, derivados precisamente del concepto Auditoría.

Se puede decir que el concepto general de Auditoría es el siguiente:

Auditoría es llevar a cabo un examen metódico y ordenado de un fenómeno específico, para informar a los interesados de dicho examen, sobre los hechos más relevantes que se descubren en el proceso de esa investigación.

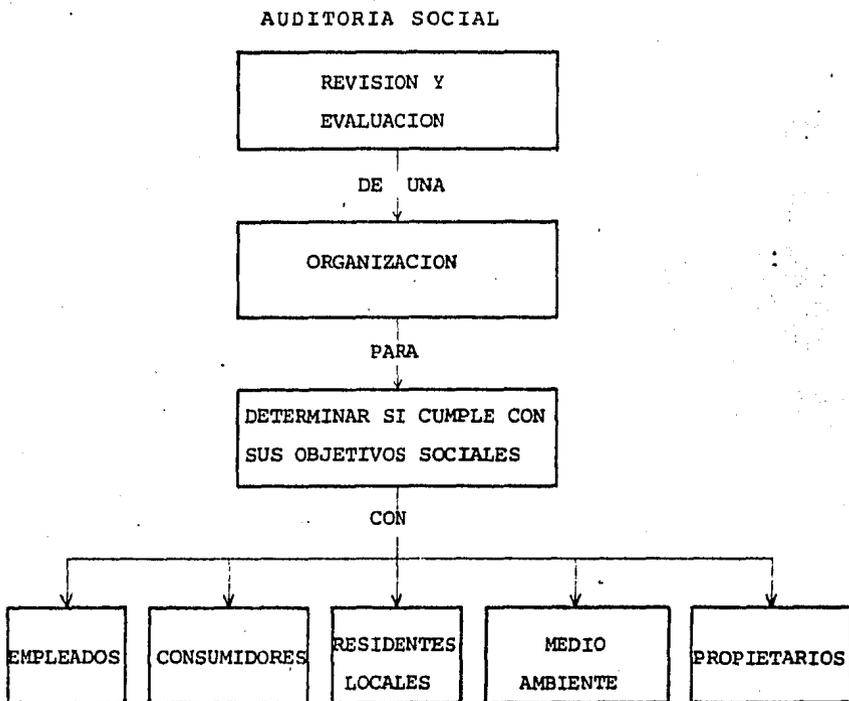
Con este concepto deduzco que toda Auditoría es un proceso que comprende tres fases:

- 1) Ubicar y delimitar el fenómeno específico -- que va a ser objeto de la Auditoría.
- 2) Que es un examen metódico y ordenado, es decir, comprende la metodología de recolección, análisis y evaluación de datos.
- 3) Se refiere a la información que debe formularse de acuerdo a quienes están interesados en los resultados y propósitos de la Auditoría realizada.

La Auditoría social comprende una serie de acciones y actividades con implicaciones de costos y beneficios que la contabilidad tradicional y la Auditoría financiera no captan, pero que dentro de la Auditoría social si se analiza y tratará de expresar objetivamente para fines informativos.

Por lo tanto, el propósito de la Auditoría social es realizar y evaluar la forma en que la empresa ha cumplido su objetivo y vigila que el uso de los recursos, esté de acuerdo con los objetivos de los distintos sectores de la empresa.

Como lo muestra la gráfica siguiente:



4.2 NATURALEZA Y ALCANCE

Para delimitar el fenómeno que examina la Auditoría social aceptemos que la problemática social vigente tiene marcados efectos en el medio ambiente y en las propias empresas, problemas que en conjunto condicionan el desarrollo y crecimiento de cada negocio en particular y de la economía a que pertenecen en general.

Para hacer frente a esa problemática, es preciso emprender una serie de acciones sociales, algunas de las cuales son exclusivamente del gobierno, otras de las empresas y algunas más deben realizarse conjuntamente.

Entre las principales acciones sociales que las empresas llevan o deben llevar a cabo, tenemos las siguientes:

- a) Creación de fuentes de trabajo y oportunidades de progreso.
- b) Establecer y mantener condiciones seguras de trabajo.
- c) Dar un trato más humano al personal.
- d) Aumentar la productividad de la empresa y la de la rama económica a que pertenecen.
- e) Proporcionar bienes y servicios en las mejores condiciones.
- f) Reducir la contaminación ambiental.
- g) Acatar y obedecer las leyes y disposiciones establecidas para su empresa y para el medio-

ambiente donde opera.

h) Contribuciones de ayuda a la comunidad.

i) La educación de los consumidores en las prácticas apropiadas de venta.

Esta clase de acciones determinan el fenómeno que investiga la Auditoría social, bajo el rubro de responsabilidad social. Sin embargo, cabe advertir que la responsabilidad social de las empresas todavía no se ha precisado clara y formalmente, aunque para algunas áreas ya existen ciertos acuerdos y regulaciones, como es el caso de la contaminación ambiental, de la protección de los trabajadores, al consumidor y al inversionista y recientemente lo referente a la capacitación del personal.

Otras áreas de responsabilidad social están sujetas a criterios y análisis de consecuencia, como son las acciones para reducir el desempleo, fomentar inversiones en determinada región, o dar algunos donativos para obras de beneficio social. Evidentemente que en el futuro la responsabilidad social será cada vez más exigida y fijada por el propio gobierno, por la acción organizada de grupos de presión y aún por la propia gerencia; por la misma responsabilidad que tiene con los inversionistas, con su personal, sus clientes, su comunidad y con el público en general.

Es obvio que la definición de la responsabilidad social es el punto de partida de este tipo de Auditoría social

y se logra al precisarse los diferentes sectores a que debe llegar una empresa, como son los empleados, los accionistas, los clientes, los miembros de la comunidad y el público en general, luego se estima el número de gente afectada en cada uno de esos grupos y el grado de naturaleza de como fueron o serán afectados. Con ello la Auditoría social también establece prioridades para sugerir las políticas futuras de como dirigirse a esos sectores.

La Auditoría social determina la naturaleza y alcance de las acciones sociales concretas que se han emprendido o debieran haberse emprendido, y las examina y analiza proyectando sus resultados en términos de costo-beneficio social y de sus efectos económicos-financieros, ya que cada área o programa de responsabilidad social implica cargas económicas cuyos beneficios difícilmente pueden ser apreciados en forma inmediata, sino más bien a mediano y largo plazo.

Es interesante mencionar que la Auditoría social no sólo analiza los fenómenos pasados, sino que también examina las proyecciones sociales futuras que tengan relación o puedan afectar a una empresa. Este aspecto de la Auditoría social posiblemente tenga una mayor importancia en la formulación de planes y programas, porque los evalúa y analiza dentro de un contexto social, proporcionando información adicional que enriquece las bases para tomar decisiones estratégicas.

Un caso que ilustra la falta de apreciación de ciertos aspectos sociales, como los hubiera tratado la Auditoría social, es el que experimentó el mayor fabricante de automóviles. Para escapar de las presiones sindicales y otros problemas, estableció una nueva planta en otra región, atraído por la mano de obra disponible, de jóvenes sin vicios y según se suponía deseosos de trabajar en algo nuevo y más --- atractivo.

Años después el ambiente social era difícil, por las manifestaciones de descontento, de drogadicción, de jóvenes que no mostraban interés en su trabajo ni en las expectativas futuras que se ofrecían. Aún cuando los gerentes planearon cuidadosamente la planta en lo técnico, económico y financiero, pero no pusieron la misma atención en detectar los aspectos sociales del momento y sus tendencias futuras..

Aquí la Auditoría social hubiera sido de valiosa ayuda para examinar los problemas potenciales y plantear soluciones factibles.

Un análisis estrictamente económico-financiero en la localización de una planta, siempre sugiere el lugar que represente el menor costo o gasto, sin embargo, la Auditoría social podrá demostrar que a cierto plazo se tendrán altos costos sociales que no se compensarán por el atractivo inicial del gasto menor o bien confirmará que la elección es --- conveniente porque se detectan ciertos beneficios sociales ---

que redundarán en beneficios financieros.

Se puede advertir que el campo de la Auditoría social es tan amplio como se identifiquen y relacionen aquellos fenómenos y expectativas sociales que analizadas proporcionen bases de decisión que coadyuven a la buena marcha de las organizaciones e instituciones.

4.3 METODOLOGIA

La metodología propia de la Auditoría social es para la recolección, análisis y evaluación de datos en cuyo proceso debe orientarse directamente para dar respuestas a lo siguiente:

- a) ¿ Qué ha sucedido?
- b) ¿ Por qué sucedió?
- c) ¿Cuál es la dirección que sigue el fenómeno-
identificado?
- d) ¿ Cuáles son las consecuencias para el personal, para la empresa, para los clientes, para el público y para la sociedad en general?
- e) ¿ Qué se puede hacer o dejar de hacer?

La forma más simple para recolectar datos y analizarlos es por medio de una lista de chequeo o verificación similar a los tradicionales cuestionarios de control interno, pero obviamente incluyendo información analítica acerca de las acciones y objetivos sociales, que en condiciones óptimas una empresa debe alcanzar y que integran su responsabilidad social.

La recolección, análisis y evaluación de los datos en la Auditoría social se deben encaminar a producir información preferentemente cuantitativa, objetiva y fácil de interpretar, por lo que será necesario establecer medidas estándar de aceptación y aplicación general.

Para tal propósito, la Auditoría social en su aplicación más avanzada, utiliza las técnicas más sofisticadas de las ciencias sociales, como por ejemplo:

- a) Escalas de actitud.
- b) Encuestas de opinión.
- c) Cuestionarios.

a) ESCALAS DE ACTITUD

Cuestionario para los empleados: Oportunidades en el trabajo.

La siguiente es una lista de diferentes clases de -- oportunidad que un empleo podría proporcionar. Si fuera usted a buscar un trabajo:

- [A] ¿ Qué importancia daría a cada una de estas oportunidades? y
- [B] ¿ Hasta qué grado le proporciona estas oportunidades su actual puesto?

En la hoja siguiente sírvase marcar una respuesta para cada línea en [A] y [B].

	(A) IMPORTANCIA PARA USTED PERSONALMENTE							(B) GRADO QUE PROPORCIONA SU ACTUAL PUESTO.		
	No importante.	Moderadamente importante.	Importante.	Muy importante.	En extremo importante	No las proporciona.	Las proporciona en grado mínimo	Las proporciona adecuadamente.	Las proporciona bien.	Las proporciona completamente.
1) Hacer pleno uso de mi actual conocimiento y habilidades.										
2) Progresar y aprender nuevas cosas y habilidades.										
3) Ganar un buen sueldo										
4) Progresar en autoridad administrativa y posición.										
5) Crearme una reputación profesional.										
6) Trabajar en problemas difíciles y de reto										
7) Tener libertad para llevar a cabo mis propias ideas.										
8) Contribuir al conocimiento técnico en mi ramo.										
9) Rehusar trabajar en algo que considero no ético.										
10) Trabajar con colegas que compartan mis metas y creencias.										

b) ENCUESTAS DE OPINION

Cuestionario para los empleados: Beneficios de la empresa.

Nos interesa conocer sus opiniones respecto a la forma en que la empresa debe asignar el dinero para beneficios a los empleados. Sírvase indicar en la tercera columna sus preferencias sobre la forma en que se debe distribuir este dinero.

Beneficios.	Costo por año.	% actual del total de dinero para este beneficio.	Porcentaje que usted asignaría.
Vacaciones pagadas.	5'480	37.8%	<u> </u> %
Seguro de salud y de vida.	2'730	18.8%	<u> </u> %
Pago de ausencia por enfermedad.	1'830	12.6%	<u> </u> %
Días festivos pagados.	1'530	10.5%	<u> </u> %
Ingresos para retiro.	1'040	7.2%	<u> </u> %
Ambiente laboral atractivo.	460	3.2%	<u> </u> %
Estacionamiento gratuito.	455	3.1%	<u> </u> %
Servicio de guardería infantil.	100	1.7%	<u> </u> %
Actividades recreativas.	100	1.7%	<u> </u> %
Reembolso de colegiaturas.	100	1.7%	<u> </u> %
Instalaciones recreativas.	50	1.3%	<u> </u> %
Otras (sírvase especificar).	0	0	<u> </u> %

c) CUESTIONARIOS

C U E S T I O N A R I O .

El presente cuestionario tiene por objeto recabar información sobre la responsabilidad social de la empresa para con su personal.

INFORMACION

- 1.- ¿Existen reuniones de información [a iniciativa de la dirección o sus representantes], para el personal, adicionales a las del sindicato de la empresa, en donde se trate del funcionamiento de la empresa?

Si _____ No _____

¿A qué departamentos se les dá esta información?

VIVIENDA

- 2.- ¿ La empresa independientemente de la prestación legal proporciona crédito para la obtención de casa habitación?

Si _____ No _____

Hasta que monto _____ Plazo _____

Condiciones _____

EMPLEO

- 3.- ¿ Es elevado el número de ausentismo?

Si _____ No _____

¿ A qué lo atribuye?

REMUNERACION

- 4.- ¿ El salario más bajo pagado por la empresa es equi-
valente al salario mínimo establecido por ley, o-
lo excede?

Si _____, en cuanto No _____

CONDICIONES DE TRABAJO

- 5.- ¿ Existe en la organización una comunicación direc-
ta con el trabajador?
-

Aparte de las ejemplificadas anteriormente, existen-
otras más que tienen como propósito medir el impacto de acc-
ciones concretas y la forma como afectan a un individuo o -
grupo en particular.

También debemos admitir que el actual estado de arte-
en el análisis de la conducta social, que todavía tiene sus-
limitaciones, en algunos casos, tal vez será más aconsejable
buscar explicaciones cualitativas razonables que conclusio-
nes cuantitativas difíciles de interpretar.

Los mayores problemas que la gran parte de las empre-
sas han encontrado en la preparación de auditorías sociales-
son de tipo técnico: "ineptitud para efectuar análisis de -
costo-beneficio", "ineptitud para crear un consenso a qué ac-
tividades abarcar", "ineptitud para crear un consenso respec

to a formas de organizar la información". Es claro que los -
mayores obstáculos para la implantación de auditorías socia-
les, según lo perciben o declaran las empresas, son de tipo-
metodológico.

Una razón para que los obstáculos metodológicos rela-
cionados con las auditorías sociales parezcan decisivos en -
opinión de la mayoría de las grandes empresas, puede ser que
el ímpetu ejercido para vencer tales obstáculos sea escaso.-
Esta hipótesis sólo puede verificarse comparando a las empre-
sas que se encuentran bajo fuertes presiones para crear una
medición de la conducta social con las que no están en igua-
les condiciones, así como comparando el vigor con que los -
dos tipos de empresas resuelven los problemas metodológicos.

En resumen, el mayor obstáculo que se prevé para la -
efectiva implantación de las auditorías sociales y esfuerzos
para medir la conducta social de las empresas es, según el -
punto de vista de las empresas, la dificultad en vencer los-
problemas metodológicos.

Se piensa que de crearse la necesaria metodología, -
las empresas adoptarían más entusiastamente las auditorías -
sociales, sin embargo se sugiere que, si bien ésta es una ob-
jeción sincera por parte de un considerable número de empre-
sas, otro gran porcentaje de empresas podrían encontrar ---
otras razones para objetar llevar a cabo una Auditoría so---
cial de la empresa, aunque se eliminaran los obstáculos meto-
dológicos.

4.4 INFORME

Trata de la preparación y formulación del producto final: El informe de la Auditoría social.

El informe en cuestión tiene como propósito fundamental, auxiliar a la gerencia y a los demás receptores para - que sus decisiones y apreciaciones sobre una empresa, no se limiten exclusivamente a cuestiones económico-financieras, - sino que se enriquezcan con elementos informativos relacionados con el medio ambiente de la organización, objeto de la - Auditoría social.

Para ser concreto, la Auditoría social debe informar principalmente sobre las siguientes áreas:

- a) Resultados objetivos de lo que la empresa está haciendo en áreas relacionadas con el cumplimiento de su responsabilidad social.
- b) Identificación de programas y acciones sociales que la empresa en estudio debiera emprender.
- c) Señalamiento de los puntos vulnerables que la empresa tiene y pudieran ser motivo para atacarla.
- d) Grado en que las estrategias, políticas, planes y decisiones han considerado los aspectos sociales que corresponden al cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa.

e) Mensajes que se deben enviar al personal, -- clientes, inversionistas, público en general y otros receptores interesados acerca de lo que la empresa está haciendo y proyecta hacer en el futuro.

Con esta información los gerentes encontrarán en la Auditoría social una nueva dimensión para tomar decisiones, además de tener elementos para manejar su imagen corporativa, para probar su participación en la problemática social y también para contar con bases racionales para distribuir sus recursos financieros.

Por ejemplo, en la Administración de personal, la gerencia debe satisfacer las necesidades de su empresa en materia de recursos humanos, de manera que se retenga y desarrolle al personal que maximice la efectividad global de la organización, dentro de las limitaciones presupuestales para sueldos, salarios y demás prestaciones y costos de personal.

La Auditoría social informará sobre la evaluación de las prácticas y políticas de personal y sus repercusiones sociales.

Esa información es interesante porque así se conoce desde la perspectiva del receptor y del medio ambiente el efecto de esas prácticas y políticas y sus probables efectos futuros que se manifiestan en la forma de costos sociales, en imagen corporativa y en otros beneficios tanto sociales -

como financieros.

La idea básica de la Auditoría social es no sólo evaluar lo pasado sino formular proyecciones y desarrollar los probables escenarios futuros en que participará la empresa y que conjuga las variables condiciones a su desarrollo y crecimiento, como son sociales, políticas, económicas y tecnológicas.

Al pronosticar esos costos y beneficios sociales, la Auditoría social proporciona advertencias sobre las futuras necesidades financieras y también de futuras oportunidades.

Lo ideal es que toda la información producida por la Auditoría social se integrara en modelos económico-financieros, como son los presupuestos y los estados financieros pro forma y otros reportes analíticos que faciliten la interpretación de esa información.

O sea que el paso siguiente sería integrar los resultados de la Auditoría social con los de la Auditoría financiera. Esa sí sería la información más completa que tuvieran los gerentes e inversionistas.

Claro está que todavía falta superar problemas de metodología y lo que es más importante, establecer estándares y medidas confiables y de aplicación universal para que la información proporcionada, presente una realidad razonable y sujeta a verificación por cualquiera de las partes interesadas en ese informe integral de la Auditoría financiera y de

la Auditoría social.

Es definitivo que se debe continuar superando esas limitaciones para que en el futuro los gerentes cuenten con mehor información y apliquen su imaginación creativa, y serán los que más acertadamente manejen los problemas sociales y - a la larga serán quienes obtengan los más altos rendimientos financieros para sus empresas.

-CONCLUSIONES

.La complejidad de la estructura socioeconómica actual ha generado para la empresa moderna afrontar nuevos problemas de índole social en su actuar con los consiguientes costos financieros y efectos nocivos o perjudiciales entre el conglomerado humano en que vive, produciendo para el Licenciado en Contaduría un nuevo campo de actividad profesional "La Auditoría Social".

La Auditoría Social evalúa la conducta social de la empresa, el impacto de sus decisiones en el medio en que opera internamente y externamente, permite conocer los resultados de la actuación empresarial socialmente y determina su responsabilidad en las siguientes áreas.

- 1) Propietarios, directores. Al detectar las demandas y necesidades sociales existentes, y aceptar un compromiso social, están en capacidad de realizar los ajustes organizacionales convenientes y brindar el apoyo indispensable para que los cambios que se efectúen sean positivos a las demandas de la sociedad.
- 2) Empleados. La forma como la empresa asegura el empleo y su progreso dentro de ella, como mejora las relaciones humanas y condiciones de sanidad y salubridad del empleado.
- 3) Clientes. Asegurar la calidad y disponibili--

dad de los productos y servicios satisfaciendo la necesidad primaria o primera directamente.

- 4) Medio ambiente. Inversión en protección ambiental del aire, agua, ruido...
- 5) Comunidad en general. Crear una imagen y opinión pública favorable hacia la empresa al apoyar objetivos de acción social.

La Auditoría Social debe tener relación directa con la adopción de decisiones administrativas, coadyuvar a equilibrar el interés de los accionistas, empleados, clientes, comunidad y público en general. Deben incluirse los programas de beneficio social para los empleados, los aspectos de personal, investigación y desarrollo, producción y finanzas.

La gerencia debe realizar las auditorías sociales, buscando un impacto social y económico tan elevado como sea posible para su organización y la comunidad.

A pesar del casi nulo conocimiento de la Auditoría Social, es un arte crítico para la gerencia socialmente responsable, tanto de organizaciones públicas como privadas. Debemos tener en cuenta que la Auditoría Social debe estar diseñada tanto para uso interno como externo o ambos a la vez, pero lo principal es que sirva como auxiliar interno para la adopción de decisiones en inversión social de la empresa; no debe convertirse en una avenida para atacar a ninguna fun

ción particular de la gerencia, ya que la Auditoría Social - es un sistema de información administrativa, diseñado para - mejorar la eficiencia de las decisiones de inversión a todos los niveles.

En general, para comprender lo que ha originado el interés en la Auditoría Social, se deben considerar las diversas tendencias, tanto sociales, económicas y tecnológicas, - que han contribuido a que el público se interese en el comportamiento social de las organizaciones.

En particular, ciertos ejecutivos consideran que las auditorías sociales o revisiones de conducta social de la empresa pueden parecer innecesarias y hasta arriesgadas. Debido a que quizás la información que se logre no sea reconfortante; pero no consideran la existencia de razones positivas para efectuar auditorías sociales, con probables ganancias - en la productividad y un mayor desempeño financiero, ya sea continuando el suministro al mismo nivel de beneficios sociales netos de manera más eficiente, a un costo financiero reducido, o aumentando la productividad social y financiera de las inversiones sociales al mismo costo financiero.

Se debe tener en cuenta que todas las decisiones financieras de una organización tienen consecuencias sociales - y todas las decisiones sociales tienen consecuencias financieras. Utilizando sistemas de contabilidad social, los gerentes pueden lograr el mejor trueque entre requisitos sociales y financieros.

NOTAS AL BALANCE SOCIAL Y ESTADO DE
RESULTADOS SOCIAL.

Nota 1- La valuación del recurso social del personal-disponible dentro de un año se basa en la nómina de fin de año, cuyo importe es \$ 8 414 000 ; descontada al valor actual, usando .9776 . La tasa de descuento es una función del tiempo medio que duró el personal [2.29 años] y haciendo uso de la tabla para el valor actual de \$ 1 .

Nota 2- La valuación del recurso social del personal-después de un año se basa en la nómina de fin de año [nota 1], descontada al valor actual, usando 1.9345, siendo la tasa de descuento una función del tiempo medio que duró el personal [nota 1] y usando la tabla para el valor actual de \$ 1 recibido anualmente.

Nota 3- La inversión en adiestramiento de personal se estimó por encuesta entre el personal, que indicó que el adiestramiento medio fue de 44.59234 por ciento de la nómina de fin de año [nota 1].

Nota 4- La valuación de la obsolescencia de adiestramiento acumulada se basa en una depreciación en línea recta de la inversión en adiestramiento [nota 3], sobre el tiempo-medio que duró el personal [nota 1].

Nota 5- La valuación de los salarios por pagar al personal es igual al total de recursos del personal. Esta canti

dad no constituye una obligación legal al personal, sino que es contingente en el desempeño futuro del personal sobre trabajo por contrato.

Nota 6- La creación y desarrollo de la organización - se computa tomando en cuenta las acciones de capital y la - cuenta de capital pagado [\$ 6 786 000], desde 1965 [año de - fundación de la empresa], hasta el presente por el deflator- para inversión fija privada bruta [132.6] .

Nota 7- La creación del servicio de atención infantil se acumula por la cantidad de la inversión de la empresa en la investigación relativa cada año.

Nota 8- La creación de la Auditoría social se acumula por la cantidad de la inversión de la empresa en investiga- ción relativa cada año.

Nota 9- La valuación de los requisitos de financia--- miento se basa en la acumulación de la diferencia entre los- préstamos en promedio durante el año 1984: \$ 4 830 000 y - 1983:\$ 3 641 000. Este empréstito incluye cuentas por pagar, gastos devengados, impuestos y documentos por pagar.

Nota 10- La valuación de los servicios públicos paga- dos a través de los impuestos, es igual a la diferencia en- tre el valor de los servicios públicos consumidos [\$ 390 000] y los impuestos totales pagados [\$ 689 000] .

Nota 11- La contaminación ambiental acumulada, atri-- buible a las operaciones de la empresa, se considera un com-

promiso social acumulativo. Véanse notas 40, 41 y 42.

Nota 12- El número total de empleados aumentó de 519- en 1983 a 536 en 1984 y estos nuevos miembros se reflejan en los totales reportados en el estado de resultados social.

Nota 13- Los salarios pagados por tiempo trabajado se valúan en la cantidad total de paga que el personal recibió- por tiempo trabajado durante el año. El salario medio por em- pleado fue de \$ 12 076.

Nota 14- El progreso en la carrera se igualó al mayor poder de ganancia debida a aumentos de salarios, por mérito- o ascenso. Los aumentos de salarios anualizados [cantidad - mensual por 12], fueron de \$ 758 000.

Nota 15- Las vacaciones y días feriados constituyen - un beneficio social para el personal y se valúan a su costo- en dólares para la empresa, que resultó en un beneficio por- empleado de \$ 1 423.

Nota 16- El valor del seguro de salud, dental y vida- proporcionado por la empresa, se supone que es igual al cos- to de adquisición de la cobertura comparable para cada indi- viduo del personal de tiempo completo. Por cada dólar gasta- do, la empresa genera \$ 1.80 de beneficios por empleado. Los beneficios por empleado ascendieron a \$ 847.

Nota 17- El permiso por enfermedad es un beneficio so- cial al personal, que se supone es igual a su costo para la- empresa. Los beneficios por empleado fueron \$ 345.

Nota 18- El valor del plan de ingresos por retiro es igual al costo de adquisición del plan por la empresa. Los beneficios por empleado fueron de \$ 220.

Nota 19- El plan de propiedad de acciones por los empleados es un nuevo beneficio al personal, que se valúa a su costo para la empresa.

Nota 20- El servicio de alimentos al personal es un beneficio social para dicho personal y se valúa a su costo para la empresa, de \$ 47 000 por alimentos y café proporcionados y \$ 26 000 por el valor del espacio asignado para dar el servicio. Los beneficios por empleado fueron de \$ 136.19.

Nota 21- A todos los empleados se les ofrece estacionamiento gratuito y este constituye un beneficio social al personal, que se valúa de acuerdo con los ahorros estimados, en términos de ubicaciones alternativas. Los privilegios de estacionamiento gratis se supone que valen \$ 30 por mes y el número de espacios de estacionamiento es de 222. Los beneficios por empleado fueron de \$ 225.

Nota 22- El valor de la calidad en espacio de trabajo que la empresa proporciona a sus empleados, se estima que es la cantidad de espacio de piso por empleado [125 pies cuadrados en 1984 y 130 pies cuadrados en 1983], que excede las normas industriales [90 pies cuadrados en promedio por empleado]. El valor de la superficie real en exceso de las normas industriales, se estima en \$ 6.50 por pie cuadrado. Como

resultado del crecimiento de empleos en la empresa, el beneficio medio por empleado se ha reducido de \$ 258 en 1983 a \$ 227 en 1984.

Nota 23- La valuación del reembolso de colegiaturas - como beneficio al personal, se basa en el costo a la empresa que es de \$ 23 000. Los beneficios en promedio por empleado, fueron de \$ 42.90 .

Nota 24- El valor de los beneficios sociales que proporciona a las empleadas el centro de atención infantil es igual al costo para la empresa, de \$ 26 000, que incluye alimentos y otros servicios misceláneos. Los beneficios en promedio por empleada fueron de \$ 48.51 .

Nota 25- El valor de los beneficios sociales que la - caja de ahorros, permite al personal en la forma de menores - tasas de interés por préstamos y se mide a su costo para la - empresa por los recursos contribuidos, como salarios al per - sonal [\$ 15 000], así como el espacio de piso y otros servi - cios [\$ 1 000].

Nota 26- El derecho a ser miembro del centro recreativo se ofrece a todos los empleados y es un beneficio social - al personal que se valúa de acuerdo con el ahorro estimado - que los miembros reciben, en términos de su incorporación al club de natación y de tenis. El ahorro por miembro se estima en \$ 225 por año. Habiendo 157 miembros del personal incorporados.

Nota 27- El costo de oportunidad del tiempo total trabajado es un costo social al personal, porque representa el tiempo total entregado por el personal mientras trabaja para la empresa. El valor de este costo a la sociedad es igual a los salarios totales recibidos por horas regulares de trabajo [\$ 6 473 000] más el valor del tiempo extra trabajado --- [\$ 1 036 000]. El costo promedio por empleado fue de - ---- \$ 14 009.

Nota 28- La ausencia del plan de retiro es un costo social para los empleados que hubieran tenido un interés invertido [el valor actual de los beneficios se estima en --- \$ 1 000]; pero terminó antes de que el plan de retiro se iniciara el 1° de julio de 1983.

Nota 29- Las separaciones y terminaciones involuntarias constituyen costos sociales para el personal. Una encuesta entre personas separadas por la terminación de su contrato, indica que el 45 por ciento de ellas todavía no conseguían empleo después de 60 días; por lo tanto, el costo social se estima en un mes de salario al momento de la separación [\$ 1 140]. Para los desempleados que lograron encontrar trabajo dentro de 60 días [39]; y dos meses de salario para los separados que encontraron trabajo después de 60 días [31]. El costo medio por empleado fue de \$ 213.

Nota 30-La desigualdad de oportunidades es un costo social al personal, que se valúa al costo para los indivi-

duos por la pérdida de ingresos igual a la diferencia entre lo que gana el individuo perteneciente a grupos minoritarios y mujeres, y lo que gana el empleado masculino no minoritario que hace el mismo trabajo y con las mismas calificaciones. El costo social de la desigualdad de oportunidades ha permanecido constante, a razón de \$ 1 000.

Nota 31- La pérdida no compensada debida a robos de propiedad personal de los empleados es un costo social para el personal, debido a la pérdida sufrida por la cual no fueron compensados. La pérdida ha permanecido constante en \$ 1 000 en 1984 y 1983, después del establecimiento de medidas de seguridad.

Nota 32- La reducción en el área de estacionamiento en 1983 tuvo un costo para el personal que se valuó a \$ 30 por mes por los 80 espacios que ya no se tenían para uso del personal. El estacionamiento se aumentó en 1984, por lo que el costo al personal se redujo a cero.

Nota 33- La investigación por contrato es un beneficio al cliente y a la sociedad, porque es el trabajo primordial de las operaciones de la empresa. El valor del beneficio se supone que es igual al precio que el cliente pagó por que se efectuara el trabajo [\$ 15 806 000], puesto que este representa el justo valor de mercado o costo de la investigación. Una encuesta entre los clientes indicó que la evaluación de los valores del contrato al costo para el cliente -

subestima el verdadero valor al público del trabajo efectuado por la empresa. Sin embargo, los datos con que se cuenta no son lo bastante dignos de crédito para usarse en la estimación del valor real de la investigación.

Nota 34- Los impuestos federales y estatales pagados por la empresa constituyen un beneficio social y económico al público en general y su beneficio se valúa a su costo para la empresa.

Nota 35- El valor en impuesto federal y estatal de los nuevos empleos es un beneficio social para el público en general, porque cada nuevo empleo generará ingresos adicionales por impuestos. La expansión de la empresa ha creado 17 nuevos empleos en 1984, en comparación con 67 en 1983. El valor en impuestos de estos trabajos adicionales para el gobierno federal y estatal se computa en un 20 por ciento del salario inicial promedio de \$ 12 000, sopesado por la proporción de todo un año que estos nuevos empleados han estado en vigor [.62].

Nota 36- La aportación al conocimiento es un beneficio social para el público en general, debido a que las publicaciones hechas por el personal de la empresa constituyen adiciones al acervo del conocimiento. Estas publicaciones se valúan a la tasa media del mercado por publicaciones similares, que se estima es de \$ 4 000 por las 18 publicaciones técnicas en 1984.

Nota 37- El costo de la investigación por contrato es un costo social para el cliente [gobierno estatal y federal], puesto que el pago a la empresa reduce la cantidad de dinero disponible para otros propósitos y, por lo tanto, representa un costo directo a la sociedad. Se valúa en la cantidad pagada a la empresa de \$ 15 806 000.

Nota 38- Los servicios federales y estatales son un costo social para el público en general y la sociedad, debido al uso por parte de la empresa de servicios públicos que fluyen de los gobiernos federal y estatal.

Los servicios federales consumidos por la empresa se calculan multiplicando la relación de los ingresos de la empresa con el ingreso total de las corporaciones del país, -- por los cobros de impuestos de corporaciones mexicanas. Los servicios federales consumidos ascendieron en promedio a cerca de 1.59 por ciento del ingreso total de la empresa durante los últimos cuatro años.

Los servicios estatales consumidos por la empresa se calculan multiplicando la relación de los ingresos de la empresa con los ingresos de las corporaciones de cualquier estado, por el total de cobros de impuestos de corporaciones de ese estado. Los servicios estatales consumidos ascienden a un promedio de cerca de 0.6 por ciento del ingreso de la empresa durante los últimos cinco años.

Nota 39- La contaminación al ambiente causada por las

operaciones de la empresa es un costo social para el público en general y la sociedad, a causa del funcionamiento de la empresa y por el que no se pagó.

Nota 40- La empresa consumió 2 750 000 Kwh de corriente eléctrica. El costo de abatimiento de contaminación del aire originada por la producción de esta energía se estima en \$.02 por Kwh.

Nota 41- La empresa generó 1 900 000 millas de viaje de transporte. El costo de abatimiento de la contaminación del aire ocasionada por el viaje en automóvil, se estima en \$.01 por milla.

Nota 42- La empresa usó 200 tons. de papel. El costo de abatimiento de la contaminación al agua originada por la fabricación de este papel se estima en \$ 35 por tonelada.

Nota 43- Los impuestos locales pagados por la empresa constituyen un beneficio social para la comunidad local, que se valúan a su costo para la empresa.

Nota 44- El valor en impuestos locales de los nuevos empleos creados es un beneficio social para la comunidad local, puesto que cada nuevo empleo creará ingresos adicionales de impuestos. La expansión de la empresa ha originado 17 nuevos empleos netos en 1984. El ingreso adicional a la comunidad local, en términos de impuestos por ventas, impuestos sobre consumo e impuesto sobre predios, se estima en un 3.2- por ciento del salario inicial promedio de \$ 12 000 sopesado

por la proporción de los años que los empleados han estado en vigor [.62].

Nota 45- Las mejoras ambientales son un beneficio social directo y visible para la comunidad local, que se valúa a su costo para la empresa.

Nota 46- La reducción en área de estacionamiento en 1983 fue un beneficio social para la comunidad local, porque redujo la contaminación, el tránsito y otros problemas sociales relacionados con los automóviles. Sin embargo, el área de estacionamiento se aumentó durante 1984, por lo que no hubo beneficio social para la comunidad este año.

Nota 47- El aumento en el área de estacionamiento en 1984 [72 espacios], constituyó un costo social para la comunidad local, debido al mayor uso de vehículos durante el año. El valor de este costo se estima en la cantidad de contaminación causada por 72 automóviles que viajan en promedio de -- 18.4 millas por día y el costo del abatimiento de la contaminación del aire se estima en \$.01 por milla [\$ 3 000].

Nota 48- Los servicios locales consumidos son un costo social para la comunidad local, en virtud de que el uso de estos servicios por la empresa reduce la cantidad de servicios disponibles a otros usos en la comunidad.

La participación de la empresa en los servicios locales consumidos se computa multiplicando la relación de la -- fuerza laboral diaria en promedio de la empresa con la pobla

ción local, por el total de impuestos locales cobrados y sus trayendo el porcentaje del presupuesto total de la comunidad que se destina a la educación. Los servicios locales consumidos ascienden en promedio a cerca de 0.65 por ciento de los salarios totales pagados por el tiempo trabajado [nota 13].

BIBLIOGRAFIA

- Auditoría Administrativa.
Leonard P. William
Editorial Diana, 1979
- Como puede la empresa auditar su responsabilidad social.
Chase W. Howard
Revista USEM, enero-febrero 1976
- Responsabilidad social de la empresa.
Du'tilly Palmer Robert
Revista patronal, junio 1974
- Como administrar la responsabilidad social de la empresa.
Buehler Vernon M.
Revista USEM, julio-agosto 1976
- Auditoría II
Henoc Regalado Hernández
Editorial ECASA, 1977
- Clásicos en Administración.
Harwoo F. Merril
Editorial Limusa, 1978

- Comunicación para la gerencia.
Fabián Martínez Villegas
Management Cassette, 1980
- El aspecto humano de las empresas.
Douglas Mc.Gregor
Editorial Diana, 1977
- Fundamentos psicológicos y sociales.
Gregorio Fingerman
Editorial El Ateneo, 1979
- Historia del pensamiento administrativo.
Claude S. George Jr.
Editorial Prentice, 1978
- La Auditoría Administrativa.
José Antonio Fernández Arena
Editorial Diana, 1978
- Manual de las Relaciones Humanas.
Alfredo Puigrert
Editorial Aguilar, 1977
- Principios de Administración de Personal.
Edwin B. Flippo
Editorial Mc. Graw Hill, 1979
- Las Relaciones Humanas en la Administración.
Robert Dubin
Editorial Continental, 1973