

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(90)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ELIANA GONZALEZ CERVANTES GLORIA STEPHANIE PÉREZ NAVARRO
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURÍA PÚBLICA.
DIRECTOR	MAGDA MILDRETH RODRÍGUEZ
TÍTULO DE LA TESIS	PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

ÉSTE ES UN COMPLEMENTO AL BALANCE FINANCIERO PUBLICADO ANUALMENTE POR LA EMPRESA, EN EL CUAL SE DA CUENTA DE LOS PROYECTOS, BENEFICIOS Y ACCIONES SOCIALES DIRIGIDAS A LOS EMPLEADOS, ASOCIADOS, ANALISTAS DE MERCADO Y A LA COMUNIDAD EN SU CONJUNTO. ES TAMBIÉN UN INSTRUMENTO ESTRATÉGICO PARA AVALAR, DIFUNDIR Y MULTIPLICAR EL EJERCICIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE). EN EL BALANCE SOCIAL, LA EMPRESA MUESTRA LO QUE HACE POR SUS PROFESIONALES, DEPENDIENTES, COLABORADORES Y POR LA COMUNIDAD.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 90	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 10	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
 Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA EL CANAL
COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE
OCAÑA**

**ELIANA GONZALEZ CERVANTES
GLORIA STEPHANIE PÉREZ NAVARRO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA
OCAÑA
2014**

**PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA EL CANAL
COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA**

**ELIANA GONZALEZ CERVANTES
GLORIA STEPHANIE PÉREZ NAVARRO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título
de Contador Público**

**Directora
MAGDA MILDRETH RODRÍGUEZ
Contador Público**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. ESTUDIO DE BALANCE SOCIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 General	15
1.3.2 Específicos	16
1.4 JUSTIFICACIÓN	16
1.5 DELIMITACIONES	16
1.5.1 Conceptual	16
1.5.2 Operativa	16
1.5.3 Temporal	17
1.5.4 Geográfica	17
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1 MARCO HISTÓRICO	18
2.1.1 Historia del balance social a nivel mundial.	18
2.1.2 Historia del balance social en Colombia	19
2.1.3 Reseña histórica del Canal Comunitario TV San Jorge	19
2.2 MARCO CONCEPTUAL	20
2.3 MARCO TEÓRICO	26
2.3.1 Teoría de los stakeholders	26
2.3.2 La teoría de la legitimación	29
2.3.3 Teoría de la actuación social de la empresa	30
2.4 MARCO LEGAL	30
2.4.1 Constitución política de Colombia	30
2.4.2 ISO 26000	32
2.4.3 Norma SA-8000	33
2.4.4 Estatutos de la asociación de usuarios comunitarios de la antena parabólica “San Jorge”	34
2.4.5 Resolución ANTV 0433 de 2013	35
3. DISEÑO METODOLÓGICO	36
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	36
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	36
3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	37

4. RESULTADOS	38
4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL PARA CONOCER LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, IMPLEMENTADAS POR EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE	38
4.1.1 Encuesta dirigida a los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge	38
4.1.2 Encuesta dirigida a los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge	43
4.1.3 Entrevista dirigida a la gerente del Canal Comunitario TV San Jorge	49
4.2 GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS), CON LOS QUE SE INTERRELACIONA EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE	51
4.3 INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE EN EL AÑO 2013	52
4.3.1 Área interna. Empleados	53
4.3.1.1 Características Socio-Laborales.	53
4.3.2 Área Externa	56
4.4 PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL ADECUADO A LAS PARTICULARIDADES DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE DE OCAÑA	57
4.4.1 Variables e indicadores	58
4.4.2 Propuesta del modelo de balance social-MBS para el Canal Comunitario TV San Jorge de Ocaña	60
4.4.2.1 Columna 1	60
4.4.2.2 Columna 2	61
4.4.2.3 Columna 3	61
4.4.2.4 Columna 4	61
4.4.2.5 Columna 5	61
4.4.2.6 Columna 6	61
4.4.2.7 Columna 7	62
4.4.3 Modelo de responsabilidad social en el Canal Comunitario TV San Jorge.	63
4.4.3.1 Misión	63
4.4.3.2 Visión	63
4.4.3.3 Objetivos	63
4.4.3.4 Valores	63
4.4.3.5 Organigrama	64
4.4.3.6 Manual de funciones y procedimientos	64
4.4.4 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés.	64
4.4.4.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados	64
4.4.4.2 Responsabilidad social empresarial con los accionistas	66
4.4.4.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores	66
4.4.4.4 Responsabilidad social empresarial con los usuarios	66
4.4.4.5 Responsabilidad social empresarial con la comunidad	66
4.4.4.6 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente	67
4.4.5 Esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental	67
4.4.5.1 Aporte al desarrollo ambiental	68

5. CONCLUSIONES	76
6. RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	78
ANEXOS	79

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Grupos de interés	51
Cuadro 2. Variables, indicadores y sub-indicadores para el Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.	58
Cuadro 3. Cuadro de balance para el Canal Comunitario TV San Jorge.	60

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tiempo de vinculación a la empresa	38
Tabla 2. Derechos laborales brindados por la empresa	39
Tabla 3. Condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo.	40
Tabla 4. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	41
Tabla 5. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial	42
Tabla 6. Conoce si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial	43
Tabla 7. Motivación por parte del Canal Comunitario TV San Jorge a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos.	44
Tabla 8. Preocupación del Canal por tener personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios	45
Tabla 9. Transparencia y justicia en sus actividades.	46
Tabla 10. Razón para que una empresa sea socialmente responsable	47

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Tiempo de vinculación a la empresa.	38
Gráfico 2. Derechos laborales brindados por la empresa	39
Gráfico 3. Condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo.	40
Gráfico 4. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	41
Gráfico 5. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial	42
Gráfico 6. Conoce si el canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial	43
Gráfico 7. Motivación por parte del Canal Comunitario TV San Jorge a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos.	44
Gráfico 8. Preocupación del Canal por tener personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios	45
Gráfico 9. Transparencia y justicia en sus actividades.	46
Gráfico 10. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable	47

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge	80
Anexo B. Encuesta dirigida a los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge	82
Anexo C. Entrevista dirigida a la Gerente del Canal Comunitario TV San Jorge	83
Anexo D. Cálculo algunas variables e indicadores del modelo de balance social para el Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña	84
Anexo E. Informe de Gestión Financiera de Asucap San Jorge	86
Anexo F. Carta dirigida a la gerente del Canal Comunitario TV San Jorge	90

RESUMEN

El desarrollo de la propuesta de un Modelo de Balance Social para el Canal Comunitario Tv San Jorge, de la ciudad de Ocaña, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en Elaborar un diagnóstico situacional para conocer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el mismo. Identificar los distintos grupos de interés (stakeholders), con los que se interrelaciona la empresa, y el aporte de éstos. Presentar un informe de desempeño social de la institución en el año 2013, para proporcionar un punto de partida para la futura implementación del modelo de balance social. Y finalmente, se realiza la propuesta de un modelo de balance social adecuado a las particularidades de la organización.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fueron los empleados del Canal y sus usuarios, el instrumento utilizado fue la entrevista y la encuesta, el proceso de recolección de información, fue realizada por las autoras del proyecto, quienes analizaron los resultados en forma cuantitativa y cualitativa de cada una de las respuestas brindadas.

Los resultados fueron satisfactorios, por lo que se obtuvo un Modelo de Balance Social, basado en el realizado por CASTIBLANCO TORRES, Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia, en su propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. En dicho modelo se encontraron los requerimientos para la propuesta realizada al Canal Comunitario TV Sam Jorge, la cual es dejada a disposición de la empresa, con el fin de que se implemente.

INTRODUCCIÓN

El presente documento es una propuesta de un Modelo de Balance Social para el Canal Comunitario Tv San Jorge, de la ciudad de Ocaña, dado el interés de la empresa en realizar reportes que den cuenta de su contribución social, concentrándose principalmente en la elaboración de su Balance Social. Éste es un complemento al balance financiero publicado anualmente por la empresa, en el cual se da cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, asociados, analistas de mercado y a la comunidad en su conjunto. Es también un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En el Balance Social, la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y por la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la rodean. Es decir, su función principal es hacer pública la responsabilidad social empresarial, construyendo mayores vínculos entre la empresa, su personal y propietarios, la sociedad y el medioambiente.

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas en la sociedad, se ve la necesidad de realizar una propuesta de un modelo de balance social del Canal Comunitario TV San Jorge, que permita conocer la responsabilidad que sostiene la empresa, mediante los impactos de su actuación en el área social.

Para la ejecución del trabajo, se desarrollaron los objetivos específicos planteados, que fueron: Elaborar un diagnóstico situacional para conocer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el mismo. Identificar los distintos grupos de interés (stakeholders), con los que se interrelaciona la empresa, y el aporte de éstos. Presentar un informe de desempeño social de la institución en el año 2013, para proporcionar un punto de partida para la futura implementación del modelo de balance social. Y finalmente, se realiza la propuesta de un modelo de balance social adecuado a las particularidades de la organización.

El aporte que deja la investigación, se puede hacer desde distintos puntos de vista, como son la fuente de consulta para personas particulares y jurídicas relacionadas o interesadas con un modelo de balance social de las empresas de televisión local. Igualmente, el grupo de investigación se beneficia debido a que el enfoque de la investigación se estructura en el desarrollo local y regional, contribuyendo a la producción de conocimiento científico como respuesta a las necesidades regionales de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad y en su defecto, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, contribuye al desarrollo económico y social de la región.

1. PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el mundo actual, la transparencia con que las empresas informan sobre su desempeño financiero es fundamental, pero las tendencias mundiales indican que ello ya no es suficiente. Las personas, agentes económicos, inversores, gobiernos y organizaciones en general están observando de cerca a las empresas, y se fijan cada vez más en su comportamiento en otras áreas, que van más allá de su rol económico y financiero tradicional. Buena parte de los intereses de la actualidad se concentran en el comportamiento medioambiental y social de las empresas. Dicho comportamiento se ha convertido en uno de los principales activos de la reputación de las empresas frente a la sociedad, sus accionistas o socios, clientes y trabajadores. El Balance Social es un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social y corporativa. A su vez, es la herramienta que tiene la organización para comunicar a la sociedad en su conjunto su aporte en materia de recursos humanos y su relación con la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse. De esto se desprende que la información que se brinda tiene impacto interno (empleados y proveedores) y externo (la sociedad, los inversores y accionistas).¹

El Canal Comunitario no ha realizado un documento donde registre una rendición de cuentas de los impactos de su actuación en el área social, o sea, contraponer unos efectos positivos (beneficios sociales) a unos efectos negativos (costos sociales). Si los segundos superan a los primeros, como por desgracia suele ocurrir, el balance social sería negativo, lo cual representa un problema para la empresa y para la sociedad en su conjunto.

La falta de un estudio que determine el balance social, ocasionará incertidumbre en cuanto al manejo de la imagen corporativa e impacto social de esta empresa, ocasionando el alejamiento de oportunidades que el medio puede llegar a ofrecer a esta empresa.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué beneficios traerá para el Canal Comunitario TV San Jorge, una propuesta de un modelo de balance social?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Realizar una propuesta de un modelo de balance social para Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

¹ BALANCE SOCIAL (online). 1 rev. []: 2012 [citado 3 abr., 2014]. Disponible en: <http://www.balancesocial.com/>

1.3.2 Específicos. Elaborar un diagnóstico situacional para conocer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el Canal Comunitario TV San Jorge.

Identificar los distintos grupos de interés (stakeholders), con los que se interrelaciona el Canal Comunitario TV San Jorge, y el aporte de éstos.

Presentar un informe de desempeño social del Canal Comunitario TV San Jorge en el año 2013, para proporcionar un punto de partida para la futura implementación del modelo de balance social.

Propuesta de un modelo de balance social adecuado a las particularidades del Canal Comunitario TV San Jorge de Ocaña, de acuerdo al modelo planteado a la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas en la sociedad, se ve la necesidad de realizar un estudio de balance social del Canal Comunitario TV San Jorge, que permita conocer la responsabilidad que sostiene la empresa, mediante los impactos de su actuación en el área social.

Por todo lo anterior se puede decir que el presente trabajo traerá claros beneficios para el Canal Comunitario TV San Jorge, debido a que con el estudio del balance social, se tendrá un documento que resuma los efectos positivos y negativos posibles, que tiene la empresa.

La importancia de este proyecto tiene varios puntos de vista, como son la fuente de consulta para personas particulares y jurídicas relacionadas o interesadas con en el balance social de las empresas de televisión local. Igualmente, el grupo de investigación se beneficia debido a que el enfoque de la investigación se estructura en el desarrollo local y regional, contribuyendo a la producción de conocimiento científico como respuesta a las necesidades regionales de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad. Además, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, contribuye al desarrollo económico y social de la región.

1.5 DELIMITACION

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Empresa, responsabilidad social empresarial, balance social, factor social, impacto ambiental, diagnostico situacional, grupos de interés, capital social, ciudadanía empresarial.

1.5.2 Operativa. Se prevé que las principales dificultades que se pueden presentar en el logro de los objetivos consiste en la localización de las personas a encuestar, de ocurrir algún cambio será informado a la directora y en su defecto al Comité Curricular.

1.5.3 Temporal. La realización del proyecto tendrá duración de ocho (8) semanas, como se muestra en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en las instalaciones del Canal Comunitario TV San Jorge, ubicado en la Calle 11 No.33-180 Barrio Buenos Aires de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 Historia del balance social a nivel mundial. La idea de establecer un Balance Social en la empresa, similar al Balance Económico, nació en Estados Unidos en la década de los setenta. Su origen se debió a la necesidad de la empresa privada por mejorar su "imagen de marca" y hacer frente a los recursos empleados en su beneficio.

El primer Balance Social reconocido como tal lo publicó la empresa Singer en el año 1972.

Este instrumento se difundió también en Europa, principalmente en Alemania y Francia, y de allí al resto del mundo. Desde entonces, ha pasado a ser tema de interés para algunos gobiernos de países y organismos internacionales. A modo de ejemplo se podría mencionar el caso bien cercano de la República Argentina, la cual ha reglamentado mediante decreto del gobierno en el año 2000, la preparación obligatoria de un "Balance Social" para todas las empresas que tienen más de 500 trabajadores dependientes. Si bien lo requerido por dicho decreto se concentra básicamente en los temas relacionados al personal de la empresa, ha sido claramente una iniciativa del gobierno argentino, para el desarrollo de este tipo de reportes en la región.

A partir de los años ochenta surgen numerosas propuestas de modelos de Balance Social, por parte de diferentes organizaciones empresariales y no gubernamentales.

En algunos países de la región, el tema del Balance Social llegó en forma paralela al resto del mundo (década de los 70's) si bien no hubo una profundización en su desarrollo ni en la promoción de su implementación.

Ha sido en Chile y en Brasil donde se comenzó a hablar de los primeros modelos a nivel regional.

En los últimos años, y en forma paralela al aumento de la visibilidad de los temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, varias empresas internacionales y nacionales, han empezado a elaborar y hacer públicos sus balances sociales y medioambientales.

Corresponde señalar que particularmente en Francia, la preparación y presentación del Balance Social ha tomado un desarrollo significativo. El gobierno francés aprobó en el año 1997, una ley estableciendo que todas las empresas de cierto tamaño deben realizar un Balance Social anual junto al Balance Económico.²

² DERES. Balance social (online). 1 ed. [Uruguay]: DERES, 2010 [citado 23 mar., 2014]. Disponible en: http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf

2.1.2 Historia del balance social en Colombia. En Colombia, el tema de Balance Social, comenzó por medio de la iniciativa de grandes empresarios. Los primeros trabajos sobre el particular, fueron elaborados por las Industrias Fabricato y ENKA de Colombia. Más adelante, en el año de 1978, la Asociación Nacional de Industriales ANDI, desarrolló un modelo generalizado de Balance Social para las empresas colombianas, basado en la ley Francesa. Hacia el año de 1985, por medio de un trabajo integral entre el Centro Colombiano de Relaciones Públicas CECORP, la Asociación Nacional de Industriales ANDI, la Cámara Júnior de Colombia - Capítulo de Antioquia -, la Organización Nacional del trabajo OIT y ENKA de Colombia, se trabajó en un proceso para dar un impulso al tema de balance social y crear la conciencia de la responsabilidad social en las empresas. De este trabajo interdisciplinario, el grupo diseñó un manual de balance social para Colombia.³

Recientemente se realizó un estudio por la Cámara Junior De Colombia, Capitulo Antioquia que contó con el respaldo y la asesoría de la Asociación Nacional de Industriales ANDI y la Organización Internacional del Trabajo el cual arrojó la actualización del modelo de balance inicialmente propuesto.⁴

2.1.3 Reseña histórica del Canal Comunitario TV San Jorge. El 31 de Agosto 1998 inicia la Televisión Comunitaria en Ocaña con la emisión de un noticiero llamado informar para educar donde se daba a conocer los hechos informativos de la ciudad.

En el 2000 la comisión nacional de televisión (CNTV) da la licencia para que pueda funcionar de manera legal.

El Canal Comunitario TV San Jorge empieza a brindarles a todos los usuarios una televisión con el fin educativo, cultural e informativo; después de que le fue otorgada la licencia, la programación tenía una durabilidad de una hora.

El sistema de televisión fue creciendo y así mismo la demanda de producción de televisión. A partir del año 2004 el canal comienza a brindar tres horas de programación propia agregando además del informativo programa de salud, cultura, ambientales, de opinión y un espacio directo para la comunidad.

Gracias al fortalecimiento de la producción de televisión todos los programas que se hacen con un objetivo comunitario, dándole grandes satisfacciones al sistema con los premios y nominaciones que ha recibido el canal.

Entre ellos cabe mencionar el Premio Nacional al Periodismo Agropecuario (SAC), Segundo lugar en el Premio Nacional Ambiental, Nominación a los Premios India Catalina

³ VIEIRA, Jaime. 1996. Trabajo de grado: Proyecto de mejoramiento del modelo de balance social con base en experiencias nacionales e internacionales. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

⁴ ANDI, OIT, CAMARA JUNIOR DE COLOMBIA-Capitulo Antioquia. 2001. Modelo de balance social, versión actualizada. Oficina de publicaciones OIT.

e innumerables premios y nominaciones en la cooperativa multiactiva de televisión comunitaria (COMUTV).

A la fecha el canal Comunitario Tv San Jorge cuenta con un posicionamiento y reconocimiento en el país, gracias a su excelente producción comunitaria que ha logrado identificar a los Ocañeros.⁵

2.2 MARCO CONCEPTUAL

En todo el mundo la revelación de Lo Social está adquiriendo fuerza creciente. El reconocimiento del valor de los recursos humanos, de la relación de la institución con la sociedad, son factores determinantes del éxito de las organizaciones. Es por ello que inversores y usuarios de la información producida por las instituciones le prestan especial consideración a los datos tanto cuantitativos, monetarios, como aquellos reveladores de condiciones que corresponden al tratamiento del personal y al compromiso de la institución con su ámbito social.

A nivel mundial es variada la cantidad, calidad y detalle de la información que se publica y transparente en relación con los recursos humanos y con la comunidad; en ciertos países depende de los requerimientos legales y en otros casos se relaciona con la política organizacional.

El **Balance Social**⁶, es una herramienta de la política empresaria que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona. Consiste en reunir y sistematizar la información correspondiente a las dimensiones sociales de la empresa, realizando con objetividad y seriedad una descripción de indicadores, así como una enumeración realista y rigurosa de las tareas realizadas por la institución en materia social. Posibilita, de esta manera, su evaluación y el desarrollo de programas de acción afines.

Es una expresión de la dimensión social del quehacer empresario, mostrando datos -cifrables o no- acerca del impacto de la relación de la empresa con su entorno y con sus grupos humanos interno y externo. Recoge las áreas más relevantes de las relaciones entre empresa y sociedad, mostrando costos y beneficios de cada una de ellas y diferenciando las

⁵ TV SAN JORGE. Historia (online). 2 rev. [Ocaña]: TV San Jorge, 2010 [citado 12 abr., 2014]. Disponible en: <http://www.tvsanjorge.com/asucap/historia/>

⁶ ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA. Balance social (online). 1 ed. [Argentina]: La Gran Enciclopedia, 2011. [citado 23 abr., 2014]. Disponible en: <http://www.economia48.com/spa/d/balance-social/balance-social.htm>

prestaciones que son impuestas directa o indirectamente por ley, de aquellas que materializan aportaciones voluntarias.

Posibilita confrontar los resultados alcanzados en materia social con los presupuestos previamente definidos, presentándolos en términos de déficit o superávit. A partir de esos resultados, facilita el planeamiento de la gestión y la elaboración de acuerdos o convenios entre partes.

Para la implementación eficaz de un Balance Social en la empresa, son requerimientos básicos: la existencia de una filosofía social, el convencimiento de la dirección y el compromiso corporativo.

La demanda de información relacionada con la actividad social de las instituciones, requiriendo indicadores relacionados con los recursos naturales, el ecosistema, el desarrollo de la comunidad y otros aspectos sociales, es una tendencia irreversible que se relaciona directamente con el desenvolvimiento creciente de la civilización.

Otras razones -adicionales a los requerimientos normativos- para confeccionar un Balance Social, son la trascendencia del Balance Social tiene distintas características para cada clase de usuario de la información: para la comunidad de negocios es de relevancia para conocer el impacto social (tanto interno como externo de una organización); para las instituciones gubernamentales permitir evaluar el comportamiento consolidado de un sector determinado; y a la ciudadanía y a los legisladores, le permite informarse sobre las políticas sociales de las empresas, por lo que podría llegar a reclamar la implementación de modificaciones en su “accionar social” y establecer políticas tributarias que favorezcan la adopción de determinadas conductas sociales por parte de las instituciones.

Siendo la empresa una institución integrada en el quehacer de la comunidad, toda la interacción del accionar entre empresa y sociedad, demanda no solo un balance concebido como activos y pasivos financieros, sino también comenzar en algunos casos a cuantificar, y en otros a transparentar y/o divulgar, aspectos que representan el manejo de bienes denominados intangibles, pero de enorme importancia para la comunidad.

Existe en la actualidad una “responsabilidad social” de relevancia significativa que deriva de la relación entre la actividad desarrollada por las entidades empresariales y el entorno social en el que operan.

La empresa sufre el peso de la sociedad por ser una de las principales instituciones socioeconómicas que la integran. Pero también incide sobre ella, provocando cambios y consecuencias a través de sus propios valores, objetivos y estrategias.⁷

La interacción empresa-sociedad presupone responsabilidades compartidas que en la práctica se dan con todos aquellos sectores que hacen posible que la organización crezca, se

⁷ Ibid., p.5.

desarrolle y perdure (empleados, proveedores, consumidores, accionistas, distribuidores, sector público, comunidad, medio ambiente, otras instituciones, etc.).

El Balance Social permite cumplir con los siguientes objetivos:

Realizar un diagnóstico de la gestión empresarial en relación al cumplimiento de su responsabilidad social en un determinado período, lo que permite redefinir políticas, establecer programas y hacer más eficientes las inversiones sociales, mejorando la relación costo/beneficio.

Permitir a la gerencia planificar las acciones orientadas a aumentar la productividad y eficiencia de sus trabajadores, y a efectuar un seguimiento del resultado de esas acciones.

Disponer de información relativa a los recursos humanos de la empresa y la “responsabilidad social” de una empresa se expresa en su relación con el entorno social en el que opera.

Permitir a la empresa actualizar políticas y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que es un instrumento efectivo para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios derivados de sus acciones.

Para implementar el Balance Social en una institución se hace necesaria la existencia de una política social, reconociendo su responsabilidad social como filosofía y fijando los parámetros dentro de los que se desarrollan las acciones tendientes al cumplimiento de tal responsabilidad, tanto interna como externa. Hoy más que nunca resulta indispensable para el desarrollo de la empresa, emplear técnicas y procedimientos participativos y transparentes, que tengan como principal objeto observar, registrar y controlar el cumplimiento de las metas sociales establecidas por ella en cualquiera de sus ámbitos.

El Balance Social es un instrumento de evaluación adecuado, en cuanto permite medir, comparar y observar la evolución de la gestión social de la empresa, facilitando la elaboración de planes y presupuestos para una mejora futura.⁸

Algunas alternativas posibles para su construcción, proceso o evento, el Balance Social es un elemento esencial en el camino a la mejor administración de los recursos humanos y al desarrollo sustentable. Para que el Balance Social de una institución brinde información representativa de su responsabilidad social, se requiere enfoques creativos para medir, controlar y transparentar el cumplimiento de aspectos sociales y ambientales, que en muchas ocasiones exceden al cumplimiento de las normas legales. Lo mencionado implica para las instituciones, responder a las preocupaciones y expectativas de los grupos de interés (stakeholders). Las demandas de los mismos son cada vez más importantes y a menudo están en conflicto entre los distintos grupos de interés y entre estos con la institución de que se trate. Dado que no hay un proceso único y automático para administrar

⁸ CARDONA, Anabolena. 2004. Trabajo de grado: Proyecto de balance social para la empresa CI Color Siete S.A. primera fase del desarrollo de informe social. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

efectivamente los riesgos y las oportunidades que estas demandas ofrecen, no existe otro camino que el de construir relaciones con los grupos de interés, compartir los valores e intereses y demostrar responsabilidad a las expectativas razonables de cada grupo de interés.⁹

En los últimos años han ocurrido grandes transformaciones e innovaciones, y se han incrementado las presiones para demostrar el desempeño de lo social y lo ético, es por eso que muchas instituciones están buscando comprender las aspiraciones de sus grupos de interés y demostrarles a ellos su actitud responsable ante las preocupaciones y expectativas planteadas. Asimismo, es de destacar que una institución o empresa no puede dar credibilidad por sí mismo de la información por ella preparada. De este modo, existen normas (no obligatorias) que están comenzando a ser de aplicación creciente acompañadas con el crecimiento de la preocupación acerca de la calidad en la práctica de la confección de un Balance Social.

Independientemente de la existencia de ciertas normas legales que exigen información social, en la mayoría de los países del mundo realizar un Balance Social es un hecho voluntario de una institución o empresa. Por tal motivo, y a pesar de que en algunos países existen ciertas normativas legales que exigen la presentación de un Balance Social con cierta información específica, no tenemos conocimiento de que exista una normativa exigible para aplicar una determinada metodología para confeccionarlo, así como para evaluar el proceso de confección y para emitir una opinión, por parte del auditor externo independiente, sobre ese proceso.

Características de los actuales Balances Sociales. Contienen declaraciones de principios y valores a los que adhiere cada organización.

Prima en ellos la forma literal o narrativa, aún en aquellos aspectos cuantificables.

Es excepcional la comparación con lo realizado en el mismo ítem en años anteriores.

La revelación de situaciones negativas es escasa o directamente nula.

Muestran una tendencia creciente en el compromiso de protección al medio ambiente y en el uso eficiente de los elementos naturales.

La presentación está fundamentalmente enfocada hacia el marketing social.¹⁰

La elaboración y divulgación de Balances Sociales es un proceso reciente y supone un esfuerzo adicional de aprendizaje y la disposición para compartir experiencias.

⁹ ARGANDOÑA, Antonio. Teoría de Stakeholder según Freeman. Barcelona: Universidad de Navarra, 2008. p.5.

¹⁰ IDEA, El balance social, un enfoque integral. Argentina: Idea, 2011. p.23.

Como una forma de facilitar su desarrollo y la participación entre las empresas, se recomienda que sean observados algunos criterios cualitativos en la preparación del informe, que buscan garantizar la credibilidad de éste de cara a todos sus públicos.

a. Relevancia: las temáticas e informaciones expuestas deben considerarse útiles por sus diferentes usuarios. Ello exige de la empresa un amplio conocimiento de las expectativas y necesidades de sus públicos objetivos. Cada empresa deberá evaluar particularmente cuáles son las necesidades de los usuarios a nivel de nuestro país.

b. Veracidad: en la medida en que la información revele neutralidad y consistencia en su formulación y presentación, será considerada confiable.

c. Claridad: se debe tener en cuenta la variedad de públicos que utilizarán el informe, lo que exige claridad en su elaboración como una forma de facilitar su comprensión. Se recomienda cautela en la utilización de términos técnicos y científicos, como también es deseable la inclusión de gráficos cuando sea pertinente. En algunos casos un glosario anexo puede ser útil. En nuestro país, los principales lectores del Balance Social de las empresas serán sus accionistas (sean sociedades anónimas abiertas o cerradas), instituciones financieras, proveedores y clientes.

d. Comparabilidad: una de las principales expectativas de los lectores del Balance Social es la posibilidad de comparar los datos presentados por la empresa con períodos anteriores y con los de otras organizaciones, lo que exige consistencia en la elección, medición y presentación de los indicadores así como en la exposición del estado de demostración del valor agregado.

e. Regularidad: para garantizar que los diferentes públicos puedan acompañar los resultados y tendencias de naturaleza económica, social y medioambiental de la empresa, el informe debe ser presentado en intervalos de tiempo regulares. Sería deseable que los agentes económicos reciban el Balance Social junto al balance financiero anual.

f. Verificabilidad: a pesar de que no es una práctica exigida, la verificación y auditoría de las informaciones contenidas en el reporte contribuyen a su credibilidad.

g. Coherencia: los indicadores cuantitativos presentados como parte de las secciones correspondientes del balance social, deben ser coherentes con la información financiera principal de la empresa.

La estructura básica del Balance Social, propuesta a continuación, busca considerar puntos que puedan ser aplicados a cualquier tipo de organización o empresa, independiente de su tamaño o actividad.¹¹

¹¹ DERES. Manual para la preparación e implementación del balance social. Uruguay: Deres, 2010. p.12.

La secuencia recomendada, utiliza un formato de características similares a las del balance financiero, no sólo garantizando la existencia de un grado de familiaridad en cuanto al formato de presentación, sino también, la integridad, el encadenamiento lógico y la facilidad para la comparación y realización de benchmarking entre las empresas.

Balance Social

I. Introducción/Presentación

- a. Perfil de la Empresa
- b. Sector de la Economía

II. Los "Estados" del Balance Social

- a. Estado de Demostración del Valor Agregado
- b. Estados de Indicadores de Desempeño:
 - Indicadores de Desempeño Económico-Financiero
 - Indicadores de Desempeño Social
 - Indicadores de Desempeño Ambiental

III. Las "Notas" al Balance Social

- a. Descripción de la empresa
- b. Otras notas explicativas¹²

Otro concepto a tener en cuenta para la realización del balance social, es tener claro lo que significa empresa, siendo ésta una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo.

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.¹³

Dentro del estudio se deberá conocer la responsabilidad que tiene la empresa en su medio social. Las empresas no son entidades aisladas, sino que son una parte más de la sociedad, y tienen gran poder sobre la misma, son generadoras de empleo, desempeñan un papel crucial

¹² Ibid., p.13.

¹³ FREED R. David. Conceptos de Administración estratégica. 3 ed. México: McGraw Hill, 2010. p. 315.

en el desarrollo económico, provocan un impacto en las localidades donde desarrollan su actividad... Este impacto que tiene la empresa sobre su entorno y la sociedad que les rodea es la que cada vez más motiva a las empresas a orientar su estrategia hacia la Responsabilidad Social, cuyo objetivo es integrar en la gestión valores éticos como la calidad de la vida laboral, respeto al medio ambiente, igualdad, solidaridad.... Se trata de un acto voluntario (por encima de lo que establece la legislación) que no ha de entenderse como un coste sino como una inversión que será recuperada y generará beneficios constantes.

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 Teoría de los stakeholders¹⁴. La palabra “stakeholder” se ha hecho popular desde que *Freeman* la propuso definiéndola como: “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización”, pues ha venido creciendo la conciencia de esos efectos, los cuales siempre son, en algún sentido, al menos de doble vía. Aunque se suele citar a *Freeman* como el punto de referencia de la teoría de los stakeholders, el mismo *Freeman* se refirió a un memorando interno del Instituto de investigaciones de *Standford* de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX.

Stakeholders es una palabra que tiene diversos usos tanto para la gestión estratégica, la ética de los negocios, la contabilidad social y la medición del desempeño; por lo general ha estado asociada a la gestión estratégica de la responsabilidad social de las empresas entendida como proceso de desarrollo y cambio organizacional. En realidad, se trata de una concepción que puede articular la gestión de la Responsabilidad Social desde la planeación hasta la contabilidad social, que podría considerarse como una contabilidad integral de todos los procesos, a través de los cuales la empresa rinde cuentas a la sociedad; en esta perspectiva, la contabilidad financiera sería tan sólo un proceso dentro de la contabilidad social, referido al stakeholder propio de los dueños, socios o inversionistas de la empresa.

A través de la contabilidad social se busca hacer transparentes los procesos de una organización, para que la sociedad esté mejor informada sobre sus operaciones, de manera que se puedan potenciar sus efectos positivos y tomar acciones correctivas cuando se trate de acciones que no beneficien a la sociedad. Se trata entonces, de una forma novedosa de mejorar las interacciones entre las empresas y la sociedad, en el sentido de permitir a la sociedad incidir en la transformación pacífica de las empresas en la línea de construcción de procesos de beneficio social.

La concepción de orientar la ética de las empresas hacia una gestión de responsabilidad con los stakeholders no sólo es coherente con la comprensión de los sistemas sociales como complejos y autoconstituidos, sino también con la comprensión de las empresas como sistemas de interacciones complejas. La pregunta ética de fondo es si se trata de transformar este sistema a través de la violencia, o de si es posible construir otro orden

¹⁴ Ibid., p.7.

social renunciando a la violencia, pero de manera que ese orden social busque operar sin exclusiones, o al menos, sin las exclusiones que identificamos en el actual orden mundial. Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por ejemplo, el profesor Mitchel en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las necesidades de ese stakeholder; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa.¹⁵

Responsabilidad Social Empresarial. Tiene como fundamento fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés. Uno de los objetivos de la Responsabilidad Social empresarial es la de fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés implementando procesos de responsabilidad social al interior, generando beneficios para las cooperativas, como para trabajadores y asociados.

Aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial. Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.

Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.

Promueve el desarrollo humano sostenible.

Protege los derechos humanos.

Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.

Propósito de la Responsabilidad Social. Fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los siguientes beneficios:¹⁶

Aumento de la productividad y la rentabilidad
Fidelidad y aprecio de sus clientes
Confianza y transparencia con los proveedores
Compromiso y adhesión de sus empleados

¹⁵ Ibid., p.9.

¹⁶ URIBE, Ángela. Ética, responsabilidad social y empresa. Bogotá DC. Centro Editorial Universidad del Rosario. 2005. 138p.

Respaldo de las instancias gubernamentales
Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad
Oportunidades para nuevos negocios

Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y, medio ambiente)

Incremento en la participación del mercado

Mejoramiento de la cultura organizacional

Capacidad de atraer el mejor talento humano
Incremento del valor de la empresa
Mejoramiento de la comunicación interna y externa

Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

La Responsabilidad Social Empresarial previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio.

Aplicación de la Responsabilidad Social. La responsabilidad social empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión.

La forma en cómo cada empresa implementa su responsabilidad social depende del sector al que pertenezca, así como las particularidades e intereses de sus stakeholders, el modelo implementación de responsabilidad social empresarial desarrollado por el CCRE se compone de cinco pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes:

Identificación y línea base de sus prácticas y caracterización de la responsabilidad social empresarial. Configuración de la gestión de responsabilidad social empresarial y definición de ejes de trabajo.

Diseño e implementación de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial.

Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la responsabilidad social empresarial.¹⁷

¹⁷ Ibid., p.123.

2.3.2 La teoría de la legitimación. Tal hipótesis nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad, y es el resultado de la aplicación del estudio de los negocios éticos. La legitimación en los business ethics subsiste en la organización cuando los objetivos y modos de operar son acordes con las normas sociales y los baluartes de la comunidad.

La empresa en esta idea se configura y expresa con un enfoque institucional considerada como organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso en la legislación, los gustos y preferencias de los consumidores y en la opinión pública, yendo más allá que la stakeholders theory. En esta teoría se dice que, el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autentificando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno. Incluso la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.

De acuerdo con la idea de Gray et. al., [1996: 48] en la teoría de los partícipes se introduce una segunda variante en la que no sólo se toman en cuenta las necesidades y posibilidades de los stakeholders, sino que va más allá y añade a dicha concepción teórica, conflictos y disonancias. Se argumenta que la empresa puede solamente compenetrarse con la sociedad si su sistema de valores es congruente y acorde con esta última, lo que representa una cantidad importante de amenazas a la legitimidad de la organización, si ésta no las considera en forma idónea y oportuna.

Del respeto a la legislación y los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, le puede acarrear una serie importante de problemas (legales o de tipo social), que podrían ir desde la pérdida de confianza y credibilidad hasta el pago de multas o sanciones por su falta de lealtad y compromiso para con la sociedad.

La legitimación del sistema de valores en el que la empresa se constituye debe estar muy por encima de las propias tradiciones y expectativas que la sociedad tiene y debe adaptarse constantemente a su dinamismo, requerimientos y preferencias garantizando la atención inmediata de las necesidades de cada uno de los participantes, e incluso excediendo las perspectivas sociales (que quizá sean muy cambiantes) y a las que deberá anticiparse oportunamente con una actuación proactiva adecuada.

Sí en algunos casos es difícil o imposible que la empresa esté en posibilidad de adelantarse a los hechos y no sea posible identificar situaciones críticas, una medida posible es que trate de aminorar o poner remedio definitivo a los problemas y a los efectos de sus debilidades, con el fin de reducir los obstáculos que encuentre en el entorno en el que se desenvuelve.¹⁸

¹⁸ Ibid., p.125.

Es muy importante señalar que, al igual que en la teoría de los partícipes, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos (aún cuando en este caso no son completamente identificables por la empresa cada uno de los stakeholders). Así, las memorias de RSE son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad. La contabilidad como la información emitida se ven influidas por conceptos e ideas que imperan en el contexto social en que se desenvuelven, tratando de normalizar los comportamientos de individuos y procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para que prevalezcan intereses auténticos y naturales en la empresa.

2.3.3 Teoría de la actuación social de la empresa. “La idea de la responsabilidad social, surge de considerar a la empresa dentro de la sociedad no solo produciendo efectos económicos, sino también sociales; lo cual orienta a producir menos daño y los resultados serán más beneficiosos para la gente y la sociedad”¹⁹.

Esta teoría sirvió para identificar la contribución de la gestión organizacional al desarrollo de la responsabilidad social corporativa desde los impactos económicos, sociales y ambientales. Igualmente se identificaron las acciones realizadas por la organización frente a los programas de RSE desde el respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

También permitió analizar el entorno, lo cual implicó comprender la situación actual y perspectivas generales y particulares del sector en el cual se desempeñan las organizaciones. Por otro lado, desde la orientación hacia el desarrollo sostenible el cual busca el equilibrio entre el crecimiento económico, la elevación de la calidad de vida y el bienestar social, protegiendo los recursos naturales en que se sustentan estos procesos y asegurando los derechos de las futuras generaciones en un ambiente sano.

Y por último sirvió para detectar dentro de las consideraciones legales que son los acuerdos básicos que la sociedad pide a sus ciudadanos, establecer unos principios éticos como son la justicia, la equidad, la confianza y el bien común.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución política de Colombia.²⁰ Los siguientes artículos de la Constitución política determinan cursos de acción y/o principios de comportamiento relativos a los temas de la responsabilidad social, los cuales se explican a continuación.

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores,

¹⁹RODRIGUEZ. José Miguel. “Responsabilidad Social de la empresa”. Una revisión crítica a las principales teorías. 2.007. p. 52 arregle esto

²⁰ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia. 1991.

remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad (sic) a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso.

ARTICULO 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

ARTICULO 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los Minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

ARTICULO 55. Se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley. Es deber del Estado promover la concertación y los demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos de trabajo.

ARTICULO 56. Se garantiza el derecho de huelga, salvo en los servicios públicos esenciales definidos por el legislador. La ley reglamentará este derecho. Una comisión permanente integrada por el Gobierno, por representantes de los empleadores y de los trabajadores, fomentará las buenas relaciones laborales, contribuirá a la solución de los conflictos

Colectivos de trabajo y concertará las políticas salariales y laborales. La ley reglamentará su composición y funcionamiento.

ARTICULO 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.²¹

ARTICULO 58. Modificado por el artículo 1 del Acto Legislativo 1 de 1999. Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la

²¹ Ibid., p.23.

aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social. La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica. El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad. Por motivos de utilidad pública o de interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Esta se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa administrativa, incluso respecto del precio.

ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines

ARTICULO 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

2.4.2 ISO 26000. Será una guía que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

Se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) que publicará la certificación en el 2010.

No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

Propósito de la Norma ISO 26000 – RSE. El objetivo que se plantea es el de: Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS., refiere Boletín IRAM²².

²² BOLETÍN IRAM. Norma ISO 26000 – RSE. [online]. Actualizado en el 2006. Citado el 18 de Enero de 2010. Disponible en Internet En: <http://www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf> p. 1 de 8.

Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.

Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.

Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.

Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores);

Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;

Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

2.4.3 Norma SA-8000²³. SA8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La norma SA8000 provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.

²³ SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) Publicado en 2001 (citado el 6 de Diciembre de 2012). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rts8000.pdf> p.3.

La norma SA8000 fue creada en 1998 por un grupo internacional encabezado por el Consejo de Prioridades Económicas (CEP) y acreditado por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA). La SA8000 es vista como la norma referente a lugares de trabajo más aplicable y auditable globalmente y puede ser auditada en instalaciones de cualquier tamaño, en cualquier ubicación geográfica y sector industrial. La CEPAA ha creado requisitos muy rigurosos para la certificación de terceros, a fin de asegurar que los auditores estén perfectamente calificados y que se implementen y estén en vigencia los procedimientos de certificación, manteniéndose la confianza pública.

La norma fue creada por Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI). SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias. El sistema de la norma SA 8000 ha sido diseñado según el modelo de las normas ya establecidas ISO 9001 e ISO 14001 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental. La norma fue desarrollada y probada en campo por el Consejo de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities - CEP), entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un Consejo Asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo.²⁴

2.4.4 Estatutos de la asociación de usuarios comunitarios de la antena parabólica “San Jorge”. ARTÍCULO 1. DENOMINACION Y OBJETO. Se denominará Asociación de Usuarios Comunitarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña, a la comunidad organizada, de derecho privado, sin ánimo de lucro, de interés general, participación democrática y comunitaria, conformada por personas naturales residentes en el Municipio de Ocaña, Norte de Santander, con el fin de operar la televisión comunitaria cerrada para su propia satisfacción, bienestar, recreación, educación, cultura e información, que incentive la protección ambiental, la solidaridad y los programas de desarrollo social, mediante la tecnología de la televisión comunitaria local, regional, nacional e internacional, la recepción y distribución cerrada de señales incidentales y codificadas, así como la prestación de los demás servicios de valor agregado y telemáticos que autorice la ley y los organismos estatales competentes. Su razón social será el acrónimo “ASUCAP SAN JORGE”.

PARÁGRAFO. La administración del servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro, estará en cabeza única y exclusiva de la Asociación, representada por la Junta Directiva; no podrá ser contratada con terceros ni con fines de lucro.

ARTÍCULO 2. DOMICILIO Y RADIO DE ACCION. ASUCAP SAN JORGE tendrá su domicilio en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y su radio de acción será el Municipio de Ocaña, en su sector urbano siendo posible prestar este servicio en ámbitos suburbanos y rurales aledaños, previo estudio de factibilidad técnico y económico-financiero.

²⁴ Ibid., p.5.

PARÁGRAFO. En todo caso, ASUCAP SAN JORGE podrá ofrecer asesorías técnicas de televisión comunitaria cerrada y satelital a los sectores suburbanos y rurales del municipio de Ocaña y a los municipios que lo soliciten, previo convenio entre las partes interesadas.

ARTÍCULO 3. CONFORMACION. La Asociación estará constituida por personas naturales mayores de edad, residentes en el sector urbano, suburbano y rural aledaño del Municipio de Ocaña, que hayan sido legalmente aceptadas conforme al procedimiento previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO 4. DURACION. La duración de la Asociación será de cien (100) años y podrá ser disuelta y liquidada por voluntad de sus asociados o por mandato legal.

ARTÍCULO 5. FINES. Es finalidad de la Asociación, producir televisión propia, además de adquirir y operar la tecnología de un sistema de recepción y distribución de señal de televisión internacional, nacional, regional, local y comunitaria; así como prestar servicios adicionales de valor agregado y telemáticos. Se regirá por sus estatutos, por las reglamentaciones de ley y las expedidas por los organismos estatales competentes.

ARTÍCULO 6. PRINCIPIOS. La Asociación tendrá como orientación los siguientes principios:

- a) Libre voluntad de asociación.
- b) Igualdad de derechos, deberes y obligaciones.
- c) Participación democrática en las deliberaciones y decisiones.
- d) Ausencia de cualquier discriminación social, racial, religiosa, política y de nacionalidad.

PARÁGRAFO. ASUCAP SAN JORGE no debe realizar actividades encaminadas a hacer proselitismo político o religioso, así como presentar las actuaciones de entidades públicas o comunitarias como obra personal de sus gestores.

Debe utilizarse para adelantar campañas de beneficio social-comunitario, difundir programas institucionales y de formación ciudadana.²⁵

2.4.5 Resolución ANTV 0433 de 2013. "Por la cual se reglamenta parcialmente el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro", publicada en el Diario Oficial Número 48.786 del 10 de mayo de 2013.

La Antv dentro de sus políticas permite que las comunidades organizadas provean sus propios servicios de televisión, siempre y cuando no exista ánimo de lucro y el sistema sea propiedad de la comunidad organizada. Muchos de los actuales operadores de este servicio son los antiguos sistemas de televisión por parabólica, que se acogieron a esta reglamentación.

²⁵ TV SAN JORGE. Historia (online). 2 rev. [Ocaña]: TV San Jorge, 2010 [citado 12 abr., 2014]. Disponible en: <http://www.tvsanjorge.com>

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.²⁶ Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

El proyecto a desarrollar se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, pues se hizo un estudio de la situación actual del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población. La población para este estudio estuvo conformada en la parte interna por el Gerente y 23 empleados; en la parte externa por los 8750 usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge.

3.2.2 Muestra. Por ser reducida y manejable la población interna, fue tomada en su totalidad, eliminando así el uso del muestreo.

En cuanto a la población externa, se acudió al muestreo probabilístico aleatorio simple (al azar), dando equilibrada participación a los usuarios de la misma. Para ello se tomó el listado de usuarios existente en la empresa, de los cuales al azar se fueron tomando uno a uno, llegando a 100 usuarios de los diferentes barrios de la ciudad, los cuales fueron visitados y encuestados.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la elaboración de este estudio se utilizó el instrumento de la entrevista dirigida al Gerente y la encuesta para empleados y usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge, cuya técnica facilitó la recolección de datos primarios los cuales conllevaron al desarrollo del mismo.

Las técnicas de recolección secundarias utilizadas, fueron las consultas realizadas a textos relacionados con el balance social y a los asesores, docentes o personas conocedoras del tema.

²⁶TAMAYO. Tipos de investigación (online). [s.l.]: 2010. [citado 26 mar., 2014]. Disponible en: [http://www.google.com/Investigación descriptiva/ Tamayo y Tamayo.](http://www.google.com/Investigación%20descriptiva/Tamayo%20y%20Tamayo)

3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información fueron analizados cuantitativamente a través de tablas y gráficas, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

4. RESULTADOS

4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL PARA CONOCER LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, IMPLEMENTADAS POR EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE

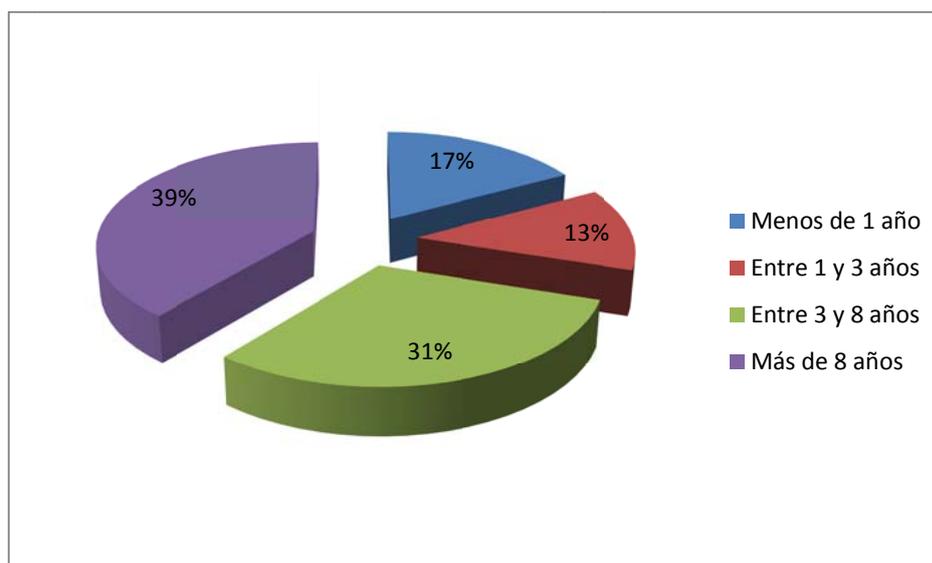
4.1.1 Encuesta dirigida a los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge

Tabla 1. Tiempo de vinculación a la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	4	17%
Entre 1 y 3 años	3	13%
Entre 3 y 8 años	7	31%
Más de 8 años	9	39%
Total	23	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 1. Tiempo de vinculación a la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

La antigüedad de los trabajadores del Canal Comunitario, se encuentra dividida así:

Un 39% tiene más de 8 años de estar vinculado a la empresa, otro 17% menos de un año. Entre 1 y 3 años se encuentra un 13%, y otro 31% entre 3 y 8 años.

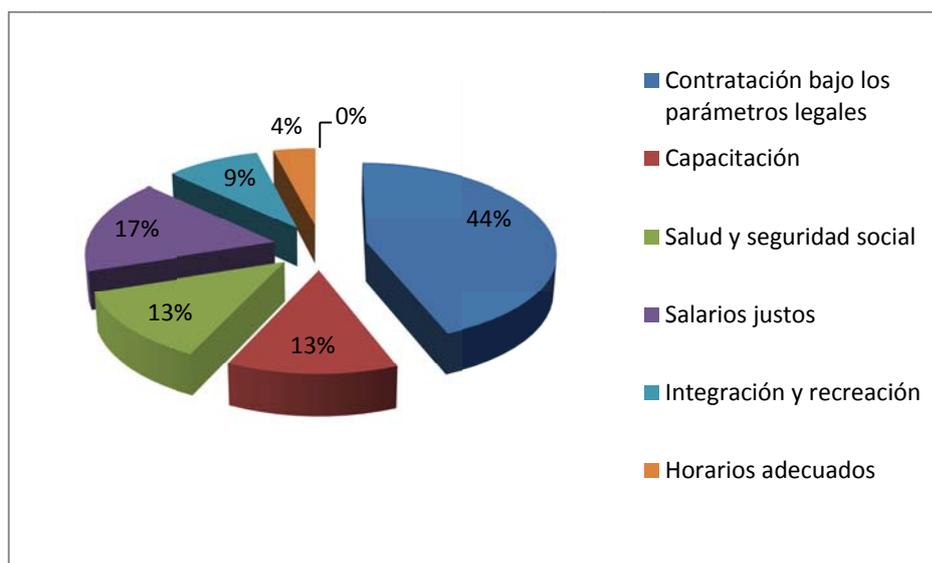
Como es de notar, la antigüedad de estos trabajadores es bastante notoria, por lo que se cree que ya esta empresa es totalmente conocida por ellos, ya que en ella transcurre casi el gran parte de sus vidas.

Tabla 2. Derechos laborales brindados por la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Contratación bajo los parámetros legales	10	44%
Capacitación	3	13%
Salud y seguridad social	3	13%
Salarios justos	4	17%
Integración y recreación	2	9%
Horarios adecuados	1	4%
Otros	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 2. Derechos laborales brindados por la empresa



Fuente: Autores del proyecto.

En este ítem cabe aclarar que la empresa, cumple a cabalidad con los derechos laborales con los que cuenta el empleado, por cuanto cada uno de los anotados en la encuesta es brindado por la empresa a sus trabajadores. Por ello, en esta pregunta se tuvo en cuenta los derechos laborales que para los empleados del canal son más importantes, quienes opinan que la contratación bajo los parámetros legales, con un 44%, es uno de los derechos más importantes que tienen ellos en la institución. El 13% dice que la salud y la seguridad

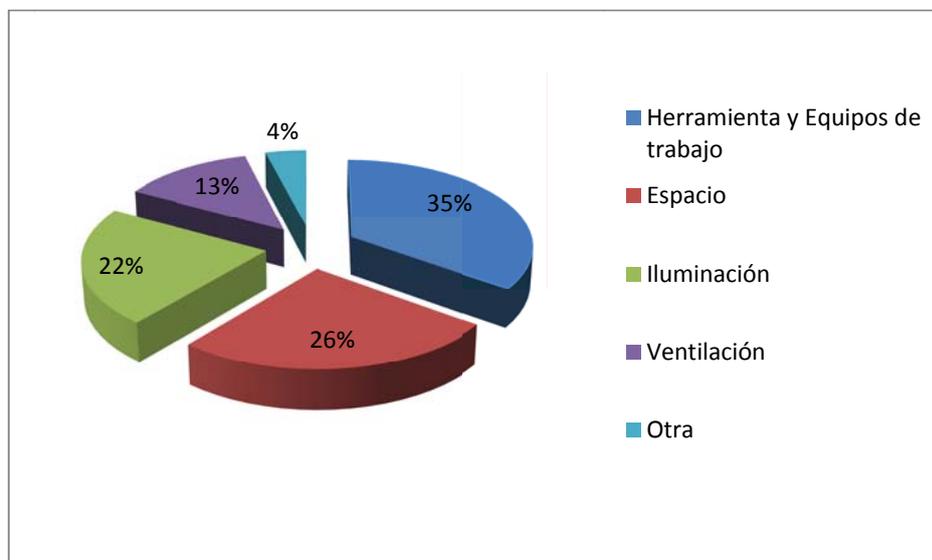
social. Un 13% la capacitación brindada por parte de la empresa. El 17% dice que los salarios justos y el 4% comenta que mantener horarios adecuados.

Tabla 3. Condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Herramienta y Equipos de trabajo	8	35%
Espacio	6	26%
Iluminación	5	22%
Ventilación	3	13%
Otra	1	4%
Total	23	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 3. Condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo.



Fuente: Autores del proyecto.

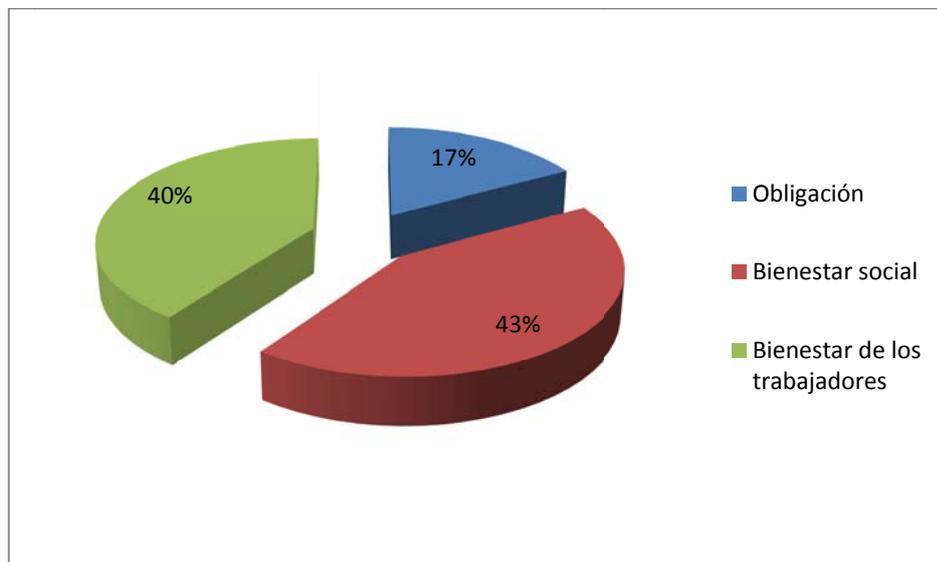
Dentro de las condiciones que le brinda la empresa a los trabajadores para el desarrollo de su trabajo, se encuentran en su mayoría con un 35%, la herramienta y equipos de trabajo. Un 26% se agrada por el espacio en el que labora. Para el 22% la iluminación es una condición bastante satisfactoria; igualmente para el 13% la ventilación es una parte importante para el buen logro de las actividades, por ello es tomada en cuenta por la empresa.

Tabla 4. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Obligación	4	17%
Bienestar social	10	43%
Bienestar de los trabajadores	9	40%
Total	23	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 4. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Fuente: Autores del proyecto.

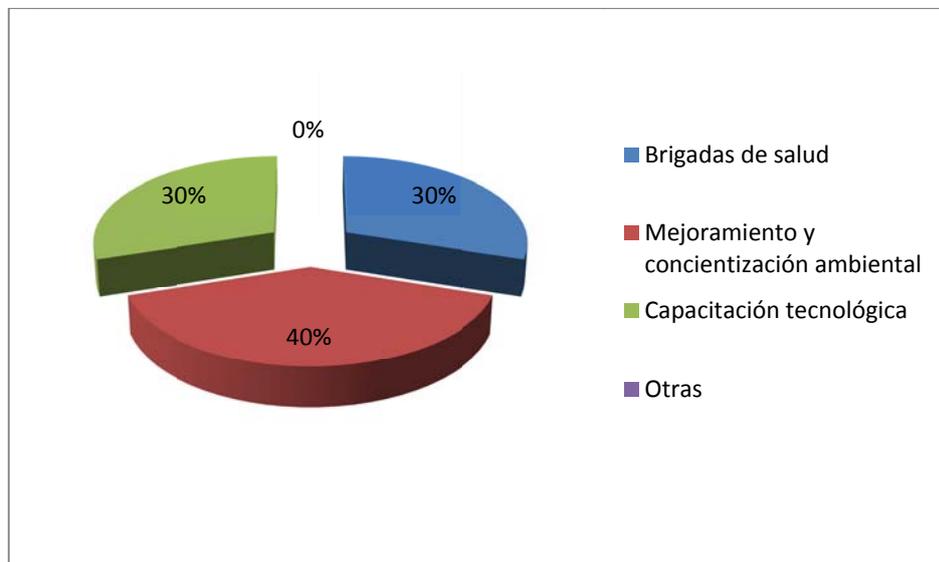
Los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge, asocian en su mayoría la palabra Responsabilidad Social Empresarial, con el bienestar social, el 43% aducen que esta clase de responsabilidades se debe llevar con el entorno, puesto que la empresa además de trabajar para si, debe realizar planes en pro de la sociedad. Otro 40% opina que la responsabilidad social empresarial, es bienestar de los trabajadores, es lo que la empresa busca ofrecer a sus empleados. Un 17% restante piensa que es una obligación de la empresa la responsabilidad social empresarial.

Tabla 5. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Brigadas de salud	7	30%
Mejoramiento y concientización ambiental	9	40%
Capacitación tecnológica	7	30%
Otras	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 5. Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Autores del proyecto.

Dentro de las actividades de responsabilidad social empresarial más tenidas en cuenta y realizadas por el Canal Comunitario, se encuentran en su orden de importancia: el mejoramiento y concientización ambiental (40%), las brigadas de salud (30%) y la capacitación tecnológica (30%). Respuestas equitativas en las que se resaltan estos tres puntos, teniendo en cuenta que el aspecto ambiental es de suma importancia para sus trabajadores.

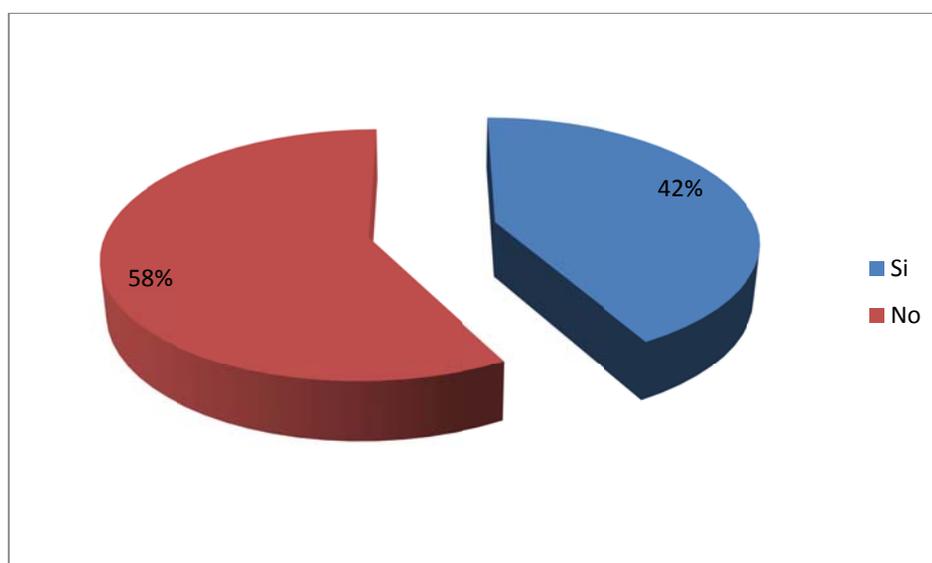
4.1.2 Encuesta dirigida a los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge

Tabla 6. Conoce si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	42%
No	58	58%
Total	100	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 6. Conoce si el canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Autores del proyecto.

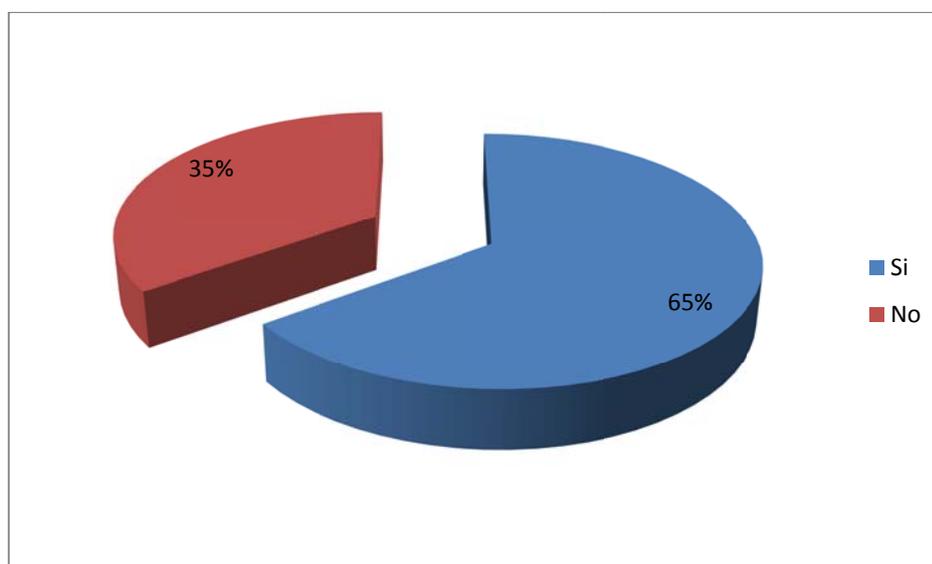
Los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge que fueron encuestados, en un 42% dicen tener conocimiento de que éste si realiza Responsabilidad Social Empresarial. El 58% comentan no conocer de ello, pues pocas veces visitan el Canal y algunos no conocen lo que significa.

Tabla 7. Motivación por parte del Canal Comunitario TV San Jorge a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	65%
No	35	35%
Total	100	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 7. Motivación por parte del Canal Comunitario TV San Jorge a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos.



Fuente: Autores del proyecto.

El 65% de los usuarios encuestados dicen ser motivados e incentivados a participar en el cumplimiento de derechos, como lo son entre otros: Elegir y ser elegido para desempeñar cargos directivos o de control dentro de la Asociación, siempre y cuando se encuentre a paz y salvo con la misma; hacer buen uso de los servicios que brinde el sistema instalado, conforme con los reglamentos y legislación vigente. Ser atendido oportunamente en las reclamaciones por deficiencias en la prestación del servicio y en el manejo administrativo de la Asociación. Beneficiarse de los estímulos que reglamente la Junta Directiva²⁷. Además, también los incentiva a cumplir con sus deberes, como son: Asistir a la Asamblea General y participar en sus deliberaciones, votar con responsabilidad en la toma de decisiones, elegir los dignatarios de la Asociación y trabajar activamente en la ejecución de los planes y programas acordados; conocer los Estatutos y reglamentos y propender porque

²⁷ TV SAN JORGE. Estatutos (online). 1 rev. [Ocaña]: TV San Jorge, 2009 [citado 24 nov., 2014]. Disponible en: <http://www.tvsanjorge.com/wp-content/uploads/2012/07/ESTATUTOS-ASUCAP-SAN-JORGE.pdf>

sean cumplidos por el resto de los asociados, so pena de las sanciones que imponga el organismo competente de la Asociación. Vigilar y defender la infraestructura (cableado, postearía, planta física y sistemas instalados) y demás elementos de propiedad de la Asociación, informando oportunamente de cualquier anomalía detectada a sus órganos de dirección, administración, vigilancia y control. Someterse estrictamente a los estatutos, reglamentos de la Asociación y legislación vigentes. Cancelar oportunamente los aportes que legalmente se fijen²⁸.

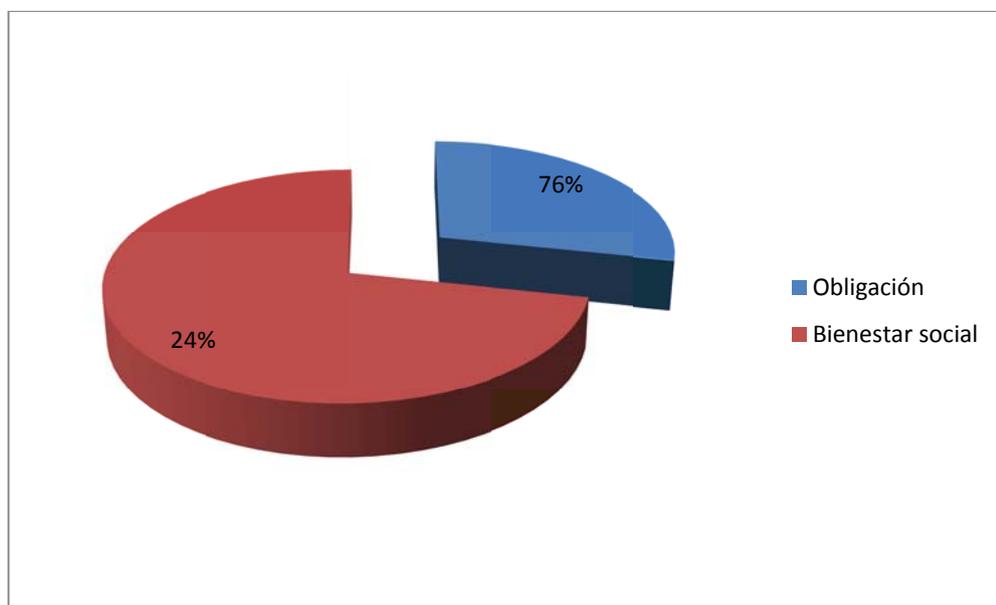
El otro 35% comenta lo contrario en cuanto a la motivación de dicha participación, desconociendo cuáles son sus derechos y deberes, los cuales se encuentran plasmados en los estatutos de la empresa.

Tabla 8. Preocupación del Canal por tener personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	76%
No	24	24%
Total	100	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 8. Preocupación del Canal por tener personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios



Fuente: Autores del proyecto.

²⁸ Ibid., p.6

La mayoría de los usuarios encuestados (76%), opinan que el Canal Comunitario se preocupa o interesa porque su personal sea idóneo, ya que han recibido buenos tratos por parte de éstos y la información que reciben es clara.

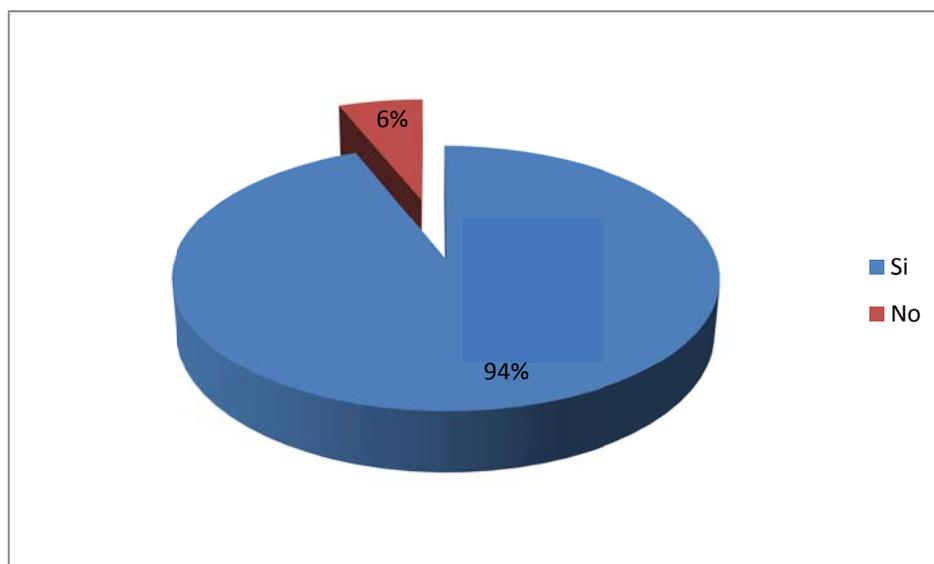
El 24% restante no siente satisfacción por ello, considerando que se debería realizar un estudio del personal antes de ser contratado, además de brindarles capacitación en cuanto atención al cliente se refiere.

Tabla 9. Transparencia y justicia en sus actividades.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	94	94%
No	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 9. Transparencia y justicia en sus actividades.



Fuente: Autores del proyecto.

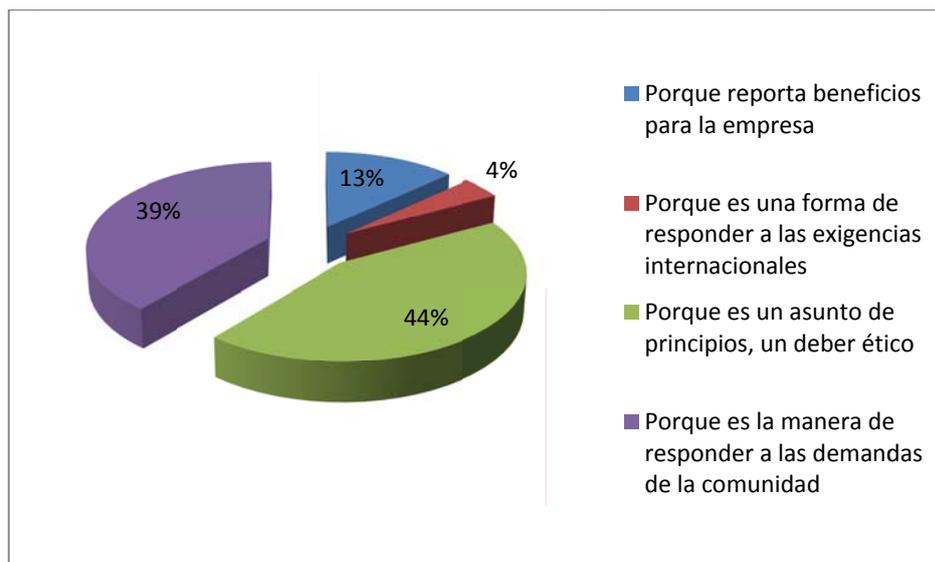
El 96% de los empleados encuestados, comenta que la empresa si refleja transparencia y justicia en todas sus actividades, lo cual se muestra en que cada día a la empresa llegan más personas a solicitar afiliación para recibir el servicio de televisión comunitaria. El 4% restante, cifra mínima, dice no existir transparencia y justicia en todas las actividades.

Tabla 10. Razón para que una empresa sea socialmente responsable

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Porque reporta beneficios para la empresa	13	13%
Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales	4	4%
Porque es un asunto de principios, un deber ético	44	44%
Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad	39	39%
Total	100	100%

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 10. Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable



Fuente: Autores del proyecto.

Para los usuarios del Canal Comunitario, la principal razón para que ésta sea socialmente responsable es porque es un asunto de principios, un deber ético, dice el 44%. Un 39% cree que por la manera de responder a las demandas de la comunidad. Un 13% lo toma desde el punto de reporte de beneficios para la empresa y el 4% restante cree que es una forma de responder a las exigencias internacionales.

Luego de realizado el trabajo de campo, aplicado de manera interna y externa en el Canal Comunitario TV San Jorge, se obtuvieron resultados que la empresa deberá tener en cuenta, ya que en éstos se determinó la falta de responsabilidad social en algunos aspectos por parte de la empresa.

Al dar inicio al instrumento aplicado, la encuesta, se encuentra la parte interna del Canal Comunitario TV San Jorge, se da respuesta al instrumento de la encuesta por parte de los trabajadores, de los cuales según la gráfica 1, la mayoría cuenta con más de 8 años de estar vinculados a la empresa, seguidos de aquellos que tienen entre 3 y 8 años. El restante de empleados encuestados están entre 3 años y menos de estar laborando en el Canal.

El Canal Comunitario TV San Jorge, como todas las empresas que se rigen por la ley, brinda a sus empleados una contratación bajo los parámetros legales, lo cual hace que los empleados se encuentren a gusto por la remuneración recibida. Ellos piensan que se debe tener en cuenta dicha contratación, según lo describe la gráfica 2, ya que ello es un estímulo grande para el personal de la institución.

En cuanto a las condiciones en que se labora en la empresa, la grafica 3 muestra que ésta tiene en cuenta la seguridad, brindando a sus empleados las herramientas y equipos de trabajo necesarios, evitando de esta manera cualquier accidente que se pueda presentar. Otra de las cosas que se tienen en cuenta es el espacio, la iluminación y ventilación adecuada, todo ello para el correcto desarrollo de las actividades.

Un aspecto muy importante en la encuesta es conocer las actividades que realiza la empresa, con respecto a la responsabilidad social empresarial, la cual según muestra la gráfica 4, la gran parte de ellos tiene en cuenta el mejoramiento y concientización ambiental, para otros existe las brigadas de salud y capacitación tecnológica. Para ellos, el que una empresa sea socialmente responsable, debe ser un deber ético, porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad. En menor proporción cree porque reporta beneficios para la empresa.

Sumado al instrumento, se tiene la encuesta realizada a los usuarios, quienes desde la parte externa del Canal, observan aspectos que, en ocasiones, opacan la empresa pero en otras la hacen mejor que otras.

Se debe tener claro la importancia de la opinión pública, quien hoy por hoy, tiene un protagonismo relevante en la reputación y supervivencia de una empresa, y hace respetar sus facultades de fiscalizador cuando el sector empresario no cumple las nuevas exigencias. Se apela a la transparencia, a una mayor conciencia social y medioambiental, y a ambientes laborales flexibles.

Existen numerosos ejemplos de empresas, que por distintas situaciones no deseadas, se han visto enormemente perjudicadas, algunas de ellas, incluso con daños irreparables en su negocio y continuidad como empresas. Quizás, cada una de esas situaciones, hubieran sido

apreciadas en forma distinta si la sociedad hubiera contado con información sobre su responsabilidad social.

Al comienzo se indagó acerca del conocimiento que éstos tenían sobre la responsabilidad social empresarial en el Canal Comunitario TV San Jorge, pregunta a la cual la mayoría (58%) dice no conocer acerca de ello, tal vez por visitar poco el canal, por no conocer lo que significa o por el servicio que han recibido.

Seguidamente, en otro ítem, se pregunta si reciben motivación por parte de la empresa para participar en el cumplimiento de deberes y derechos, para lo cual el 65% comenta que de alguna forma, sí recibe dicha motivación; el restante dice que no, aduciendo no conocer cuáles son sus derechos y deberes.

En cuanto al personal que labora en el Canal, la mayoría de los usuarios opinan que éste cuenta con una excelente disposición a la hora de brindar el servicio que se les solicite, lo muestra la gráfica 8, quienes aducen de haber recibido buenos tratos, excelente servicio e información clara.

Finalmente, los usuarios del canal opinan que una razón para que una empresa como el Canal Comunitario TV San Jorge, sea socialmente responsable, es por ser un asunto de principios, un deber ético (ver gráfica 10), además de responder a las demandas de la comunidad. Otros creen que con ello se responde a las exigencias internacionales y a las demandas que la comunidad exige.

El esfuerzo por compilar toda la información requerida en un reporte social puede ayudar a identificar prácticas o situaciones que pudiesen comprometer a la compañía. Esta pronta detección de conflictos latentes, da la oportunidad a la empresa de resolver el problema antes de que éstos terminen en costosas demandas legales o en una negativa exposición pública.

El balance social es un instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos escenarios. Por ejemplo, un reporte social y medioambiental brindará al Canal la oportunidad de reunir y apreciar más claramente la información sobre sus operaciones y los impactos de las mismas.

4.1.3 Entrevista realizada a la gerente del Canal Comunitario TV San Jorge. Luego de realizada la encuesta a la gerente del canal, Doctora Belkys Salcedo Torres, se obtuvieron los siguientes resultados.

1. Ha realizado la empresa un estudio de balance social. No.

2. Proyecciones económicas del canal TV San Jorge. Las proyecciones se hacen en relación a los excedentes que se obtengan de los ejercicios económicos y van variando, éstos dependen de las utilidades y de los proyectos que los asociados en la asamblea de

delegados designen establecer y, pues, por lo general, siempre se busca la mejora de los servicios, por eso se han hecho importantes inversiones en fibra óptica y la consecución de nuevos servicios de valor agregado como el proyecto de internet y la mejora en el equipamiento de producción propia.

3. Retos sociales y económicos para el Canal. El objeto social de la asociación, es el de prestación de servicios a la comunidad, pues las proyecciones siempre se hacen basándose en mejorar las condiciones del servicio que se brinda a los asociados.

4. Considera necesario un plan de aporte al desarrollo social de la empresa. Pues de hecho, la empresa busca un desarrollo social y la razón de ser y su objetivo fundamental es el desarrollo social porque no es una empresa que esté diseñada para generar lucro, pues el lucro que ésta genera se reinvierte en el mismo servicio. La empresa tiene claro que su objeto es la prestación de un servicio social, porque llegamos a los sectores más bajos con un buen servicio de televisión e internet, para que puedan acceder a ellos de una manera fácil.

5. Beneficios sociales y económicos que el Canal TV San Jorge le ha otorgado a la comunidad a la cual ofrece sus servicios. Aparte de brindarle un buen servicio de televisión de muy buena calidad, a un bajo costo, ofrece también la posibilidad de tener un canal de televisión donde la comunidad revierte su problemática y su dinámica en el ejercicio social y cultural y así mismo, enriquecer sus valores. Aparte, hace una crítica social ante su problemática, enriquece sus valores sociales y culturales porque se tiene más de 16 años recogiendo la memoria histórica de Ocaña, haciendo evidente su problemática pero también, su desarrollo social y económico.

6. Considera usted que se está cumpliendo con la misión y visión de la empresa. Sí, siempre se ha tenido muy claro y siempre se ha apuntado al desarrollo de la misma, hemos estado a la vanguardia de los cambios tecnológicos y nunca hemos sido ajenos a la demanda del usuario en cuanto al tema de tecnología.

7. El Canal posee objetivos y valores corporativos definidos. Sí.

8. Cómo está integrada la Responsabilidad social empresarial en el Canal Comunitario TV San Jorge:

a) Existe una política de RSE. Sí.

b) Está considerada en la misión y visión. Pues creo que es intrínseca dentro de la misión y visión, porque la asociación se creó para generar desarrollo y bienestar social a una comunidad, mas no para generar un lucro a un grupo económico.

c) Está incluida dentro de los valores. Sí.

d) Es uno de los objetivos estratégicos. Sí.

e) Se incluye en el Código de ética, Manual de convivencia, Reglamento interno. Si.

f) Existen indicadores de gestión definidos. Si.

g) No está integrada. Si.

4.2 GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS), CON LOS QUE SE INTERRELACIONA EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE

En el actual sistema de economía de mercado, la RSE es una consecuencia de las interrelaciones que se dan entre los agentes que componen el mercado; las empresas y organizaciones empresariales, los trabajadores y las trabajadoras y sus representantes, clientela, personas y empresas proveedoras, administraciones públicas, accionistas, asociados, entidades financieras, ONG y grupos de presión. La RSE es, al fin, la forma que tienen las empresas y demás organizaciones de relacionarse con los grupos de interés, que, de un modo u otro, se ven afectados por su actividad.²⁹

El término grupo de interés (stakeholders) se ha ido imponiendo progresivamente para designar a todas las personas, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa; están dentro y fuera de la empresa, y pueden afectar o ser afectadas por las actividades de la empresa, positiva o negativamente. Las empresas con su actividad, generan impacto, directo o indirecto que afecta a sus grupos de interés, a los cuales es necesario identificar y analizar, minimizando el impacto negativo y optimizando el impacto positivo.

Aquellas empresas que quieren integrar en su gestión la responsabilidad social empresarial, deben identificar sus grupos de interés, definir sobre cuáles dirigirán sus esfuerzos y considerarlos a la hora de establecer la estrategia global de la empresa.

Cuadro 1. Grupos de interés.

No	EMPRESA	GRUPOS DE INTERÉS						
		Colaboradores	Estado	Sociedad	Proveedores	Accionistas	Clientes	Medio Ambiente
1	Canal Comunitario TV San Jorge	- Salario justo - Prestaciones Sociales	Pago de tributos o impuestos	Donación a sectores necesitados	- Excelente relación	Comunidad	- Servicios de óptima calidad. - Precios justos.	- Tratamiento adecuado de desechos.

Fuente: Autores del proyecto.

²⁹ BARQUERO LEAL, Rafael A. Responsabilidad social empresarial (online). 1 ed. [s.l.]: Ulacit, s.f. [citado 26 oct., 2014]. Disponible en: <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/Publicaciones/041835.pdf>

En la ciudad de Ocaña existen otras empresas dedicadas a la transmisión de televisión nacional e internacional, las cuales pueden ser consideradas competencia del Canal Comunitario TV San Jorge; entre ellas encontramos: Ingepec, Movistar, Directv y Teleoriente. Estas empresas llevan a la comunidad el servicio de televisión con diversidad de canales.

Como se aprecia en el cuadro 1, al relacionar el Canal Comunitario TV San Jorge con sus grupos de interés, se tiene: **los colaboradores**, a los cuales la empresa les cancela un salario justo con sus prestaciones sociales. En lo que corresponde al **Estado**, se realizan los respectivos pagos de impuestos; en cuanto a la **sociedad**, el canal realiza donaciones a sectores necesitados, campañas para la recolección de ayudas para la comunidad. Con los **proveedores**, la entidad maneja una excelente relación; en lo respectivo a sus **clientes**, además de prestarles un excelente servicio, lo ofrece a un precio justo para los sectores incluso más vulnerables. Lo referente al **medio ambiente**, realiza tratamiento adecuado a los desechos de basuras.

Por lo anterior, a manera de evaluación, se puede decir que la empresa cumple con una responsabilidad social empresarial, aun así, deberá estar atenta de cualquier actividad que se presente, ya que los elementos sociales y ambientales, son de gran importancia en las empresas, y para ello se deberá contar con un espacio económico, con el fin de tener los aportes necesarios en el momento que se necesiten.

La empresa al ejecutar un balance social, estará realizando un esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones, quedando más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés (stakeholders). El balance social actúa como complemento del balance financiero-contable, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos.

Además, se tiene que en un mundo globalizado, en el cual las informaciones sobre las empresas circulan permanentemente en los mercados internacionales, una conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de cualquier organización moderna. Además, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus stakeholders, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto.

Con el desarrollo del balance social, la institución dará cuenta de sus acciones, estando así mejor preparada para guiar los intereses de sus asociados y de otros stakeholders, de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa.

4.3 INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE EN EL AÑO 2013

La búsqueda de las organizaciones por el desarrollo humano y la información ha llevado a éstas hacia la exploración de herramientas efectivas que midan el cumplimiento de su misión social.

Es ahí donde el informe social se convierte en un instrumento que permite a las instituciones a realizar un diagnóstico del desempeño social de la organización; además, se constituye en un paso casi obligado para la realización del balance social, pues por lo general se realiza en el primer año en el que se evalúan las acciones sociales.

El Canal Comunitario TV San Jorge se ha percatado de la importancia que tiene para una organización de tipo social y comunitario, la realización de un modelo de balance social y un informe social que mida la cantidad y calidad de las acciones sociales emprendidas por la empresa. De esta manera y en el marco de los valores institucionales de transparencia, compromiso, solidaridad, tolerancia y equidad, se da inicio a la sana costumbre de rendir informe de la gestión social, cuyo propósito es expresar clara y determinadamente a los usuarios y la comunidad en general el informe social de la empresa.

A pesar de que la empresa no cuenta con un Código de Ética, mediante entrevista realizada a la Gerente de la misma, se tuvo información acerca de cómo está integrada la institución a la Responsabilidad Social, para lo cual la Doctora Belky Salcedo Torres, dice que sí existe una política de responsabilidad social y la cual está considerada en la misión y visión, ya que éstas es intrínseca dentro de ellas, por no generar lucro a un grupo, sino bienestar social y generar desarrollo a una comunidad.

En el anexo E, se hace referencia al informe de gestión financiera, facilitado por la empresa, y el cual presenta los resultados financieros de la misma. Todo ello prueba que los resultados obtenidos son muestras de la gestión operativa y financiera realizado durante todo este periodo y que dan cuenta de una Asociación sólida, con buena salud financiera y preparada para continuar afrontando los retos a corto y largo plazo que traen consigo los planes de expansión y la continuidad del negocio bajo otra modalidad del servicio.

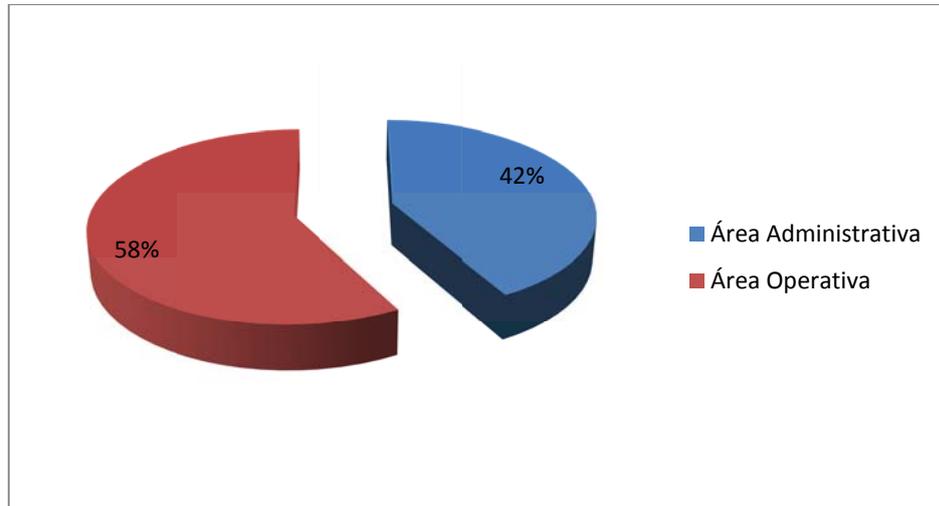
Con este capítulo se materializa uno de los objetivos más claros del presente trabajo, a continuación se presenta el informe social del Canal Comunitario TV San Jorge, el cual, se encuentra dividido por áreas.

Es el resultado del trabajo arduo y solidario de las autoras del proyecto y de algunas dependencias de la empresa, por tanto, corrobora el compromiso de todos los que día a día contribuyen a cumplir una misión emprendida hace ya muchos años.

4.3.1 Área interna. Empleados

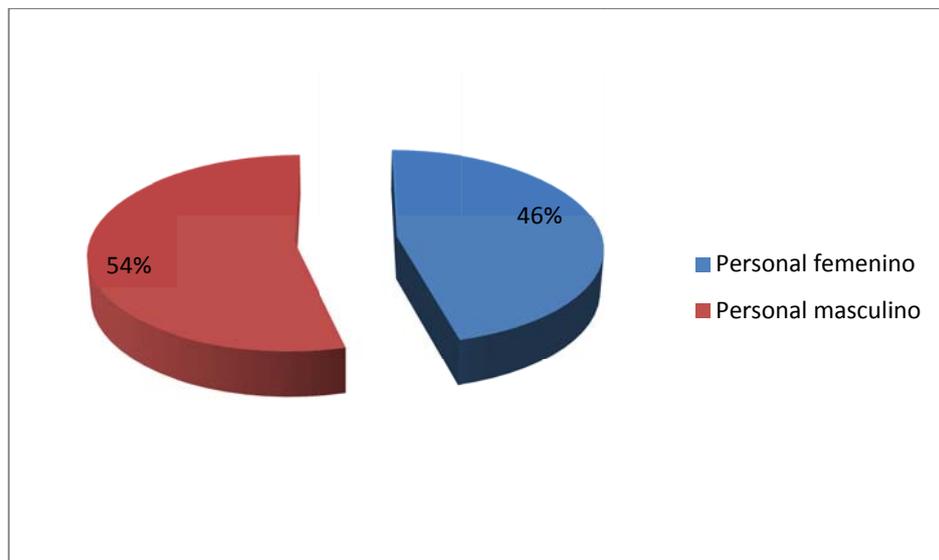
4.3.1.1 Características Socio-Laborales.

* *Descripción Demográfica.* El Canal Comunitario TV San Jorge tuvo 24 empleados en el año 2013 discriminados así:



Fuente: Autores del proyecto.

Además, de este consolidado se puede observar una distribución por género que indica la participación de hombres y mujeres en las labores de la empresa, a partir de ello se manifiesta una posición equitativa de las políticas de contratación que brindan la posibilidad a todas las personas de realizarse profesional y laboralmente. En el 2013, del total de cargos del Canal el 46% fue desempeñado por mujeres y el 54% por hombres.



Fuente: Autores del proyecto.

* *Contratación y Generación de Empleo.* El Canal Comunitario TV San Jorge, es consciente de la importancia que tiene el ofrecimiento de buenas condiciones laborales para sus empleados, por tanto la empresa genera empleo por medio de la contratación por prestación de servicios, que en el año 2013 asciende a 15 contratos.

El Canal como actor en el desarrollo de la región, se ha comprometido con la generación de empleo para las personas del país y la región. En sus instalaciones la procedencia del personal es en general de la ciudad de Ocaña.

* *Formación Académica de los empleados.* Teniendo en cuenta la importancia de la formación de los empleados del canal en su idoneidad, el Canal permite y apoya el que sus trabajadores se formen y fortalezcan sus conocimientos, de modo que esta capacitación repercuta positivamente en la labor ejecutada en la empresa. Prueba de ello es que algunos de sus empleados han realizado su carrera profesional en el tiempo de labores con la empresa, aclarando que éstos buscan horarios que no les perjudique sus labores, como son nocturnos o sabatinos.

Relaciones laborales. * *Fondos y Comités.* Los fondos es parte importante en esta clase de asociaciones, por ser focos de bienestar; por lo tanto, el Canal Comunitario cuenta con fondos de Educación, Cultural y de Eventos. Todos ellos han sido creados, teniendo en cuenta la función que cumple la empresa en su medio y con la comunidad. En cuanto a éstos, los Estatutos de Asucap San Jorge, en su artículo 55, dice: “ASUCAP SAN JORGE” podrá contar con fondos permanentes o agotables, constituidos por la Asamblea General, cuyos recursos se destinarán a los fines específicos para los cuales fueron creados. Cuando los recursos de los fondos se destinen para la prestación de servicios, su reglamentación corresponde definirla a la Junta Directiva. En el evento de liquidación, los recursos de los fondos permanentes o el sobrante de los agotables no podrán repartirse entre los asociados.”

En cuanto a los comités, la empresa cuenta con los siguientes: Comité Técnico, Comité de Compras y Comité de Convivencia Laboral.

En cuanto al comité técnico, éste es un organismo auxiliar de la gerencia que se encarga de estudiar y (realizar) priorizar las proyecciones futuras de la empresa en relación con operaciones de carácter específico, para que aquella las presente en proyectos concretos a la junta directiva, para su aval y ejecución. Tiene funciones de organismo conciliador en caso de eventualidades laborales, las cuales son:

Proponer el diseño y direccionamiento de (orientar) los procesos técnicos de construcción, expansión y remodelación de redes de T.V., e internet.

Propender por optimizar servicios mediante estudios previos.

Velar por el eficaz y eficiente desarrollo técnico de la empresa

Velar por las capacitaciones de los empleados (operarios).

Proponer acciones y actividades técnicas.

Orientar y optimizar procesos al comité de compras para las decisiones de sus funciones.

Optar por funciones conciliatorias (y disciplinarias) en el caso de procesos laborales y disciplinarios.

Presentar proyectos relacionados con la visión y misión de la empresa a la gerencia (la junta directiva).

Total autonomía y responsabilidad en las acciones pertinentes.

Los otros dos comités (Compras y Convivencia Laboral), si existen en la empresa, pero a ellos no se tuvo acceso, por lo cual se desconoce de su objetivo y funciones.

* *Salarios y Prestaciones. Prestaciones Sociales.* De conformidad con el Decreto 1045 de 1978, el Canal Comunitario mantiene a sus empleados en excelentes condiciones laborales, pues les ofrece todas las prestaciones sociales legales establecidas por el código laboral colombiano y por las normas vigentes de la empresa.

Además en su compromiso con el Bienestar de sus empleados y con el interés de superar las expectativas de éstos frente a la empresa, el Canal ofrece una serie de beneficios que tienen como propósito incentivar y estimular, más allá de lo exigido por la ley, la importante labor que desarrolla cada uno de sus empleados.

Estas prestaciones legales y extralegales son:

Prima de navidad. Está contemplada en el Decreto 1045 de 1.978, equivale a (1) mes de remuneración, correspondiente al cargo que desempeñe el funcionario a 30 de noviembre de cada año, siempre que el funcionario haya laborado el año completo o si no en forma proporcional a razón de 1/12 por cada mes completo de labor, entendiéndose como tal, el trabajo realizado entre el 1 y el 30 de cada mes. Esta prestación se canceló en la primera quincena del mes de diciembre y se tuvieron en cuenta los siguientes factores salariales: Asignación básica mensual, incremento de salario por antigüedad, gastos de representación, auxilio de transporte, subsidio de alimentación.

Para finalizar, también se debe decir que hay descuentos que se efectúan por nómina los cuales son: aporte para salud, aporte para pensiones.

* *Manejo de Personal. Estabilidad Laboral e Índice de Rotación.* Los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge han contribuido con su trabajo al desarrollo, crecimiento y desarrollo institucional, respondiendo a esto el Canal ha brindado estabilidad laboral y buenas condiciones de trabajo.

De acuerdo con los datos del 2013 sobre renunciaciones, despidos con y sin justa causa y pensionados, el índice de rotación para la empresa durante este periodo fue de 0%, teniendo en cuenta que no se efectuaron retiros de ninguna índole.

4.3.2 Área Externa. El área externa, refiere en el caso del Canal Comunitario TV San Jorge, a la comunidad de usuarios que hacen parte de ella. En su caso, el canal cuenta con 8750 usuarios, los cuales se encuentran vinculados a la empresa en diferentes edades, antigüedades, géneros. Estos y otros aspectos en relación al conocimiento de los usuarios no son reportados por la empresa, pues afirmaron no tener registros actualizados de los mismos, ya que se pide a los usuarios su actualización, lo que muy pocos hacen. La falta de estos registros dificulta a la empresa conocer amplia, completa y realmente el nivel de bienestar económico y social de sus usuarios y medir el alcance de las acciones que en pro de éstos emprenda.

En cuanto al informe de desempeño, éste es un documento de periodicidad anual, que describe el grado de cumplimiento y de implementación de los principios del Código de Ética. Dicho informe, a pesar de no ser contemplado en los Estatutos de la empresa, y no contar el mismo con un Código de Ética, es un detalle explicativo de acciones, planes y programas ejecutados o por ejecutarse en referencia a los 15 principios, un resumen de los resultados y el contacto de los encargados. Este informe es algo sencillo y comprensible pero que permite su verificabilidad, mantiene la credibilidad de la iniciativa y comunica los avances que el Canal haya logrado durante determinado período de tiempo.

La empresa debe realizar este informe, teniendo en cuenta que es una manera de demostrar a la gente con quién se relaciona (su grupo de interés), que vienen adoptando o están instrumentando la implementación de los principios de un balance social. Con su publicación, el Canal satisface las necesidades y expectativas de información de los grupos de interés y agrega valor a la empresa al transmitir su accionar de forma transparente. Además, fomenta el auto-diagnóstico de los procesos, anticipación de los riesgos y colabora a una mejora continua, generando confianza y articulación interna como externa.

4.4 PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL ADECUADO A LAS PARTICULARIDADES DEL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE DE OCAÑA, DE ACUERDO AL MODELO PLANTEADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MANIZALES

De acuerdo a lo anotado dentro del marco conceptual, “el balance social es un instrumento de gestión que permite a las organizaciones planear, dirigir, registrar, controlar y evaluar cuantitativa y cualitativamente su gestión social durante un periodo de tiempo determinado y frente a metas pre establecidas. Es por ello que las organizaciones están implementando diferentes modelos de balance social que se acomoden a sus actividades. De aquí nació la necesidad de realizar este trabajo, pues el modelo planteado por la ANDI y otros modelos existentes no cubren las expectativas de una empresa como éstas”³⁰.

En el presente capítulo se muestra el modelo de balance social para el Canal Comunitario TV San Jorge, en el cual se encuentra contenida información muy relacionada con las variables e indicadores propuestos para el desarrollo del informe social que se presentó anteriormente.

Con el objetivo de facilitar el entendimiento del modelo de balance social el capítulo se dividirá en dos partes esenciales, la primera es la definición de las variables e indicadores planteados para el modelo de balance social para el Canal Comunitario y la segunda corresponde al cuadro de balance para el Canal Comunitario TV San Jorge, el cual se realizó de acuerdo al propuesto por Valentina Castiblanco Torres y Liliana Patricia Ñañez Ojeda, en su “Propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional De Colombia Sede Manizales”; teniendo en cuenta que éste se realizará ajustado a las particularidades de la empresa TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

³⁰ ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA. Op cit. p.23.

La explicación de algunos de los objetivos y cálculos de las variables, indicadores y sub indicadores aparecen contenidos en el Anexo D.

4.4.1 Variables e indicadores. Básicamente, el cuadro de variables e indicadores surgió del proceso metodológico y del informe social previamente diseñados, pues en ellos se establecieron los datos que se debían recopilar y los indicadores, variables y áreas temáticas en donde éstos se agruparían. Así, a continuación se presentan las variables, indicadores y sub indicadores para cada campo y para cada área en el cuadro 1, los cuales, para la aplicación, deberán ser escogidos, por un grupo conformado por representantes de cada área del Canal, de acuerdo a la importancia que representen para la empresa:

Cuadro 2. Variables, indicadores y sub-indicadores para el Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

ÁREA	COMUNIDAD	CATEGORÍA	VARIABLE	INDICADOR	SUB-INDICADOR
Área Interna	Empleados	Características socio-laborales	Descripción demográfica	Distribución por labor	
				Participación por género	
				Contratación y generación de empleo	
			Relaciones laborales	Asociación sindical	
				Fondos, cooperativas y asociaciones	
				Participación democrática	
			Salarios y prestaciones	Prestaciones sociales	
Beneficios para educación					
Manejo de personal	Estabilidad laboral e índice de rotación	Tiempo promedio de vinculación			
		Servicios sociales de la empresa al personal	Salud general	EPS	
			Salud ocupacional	Programas y actividades	Exámenes de ingreso
					Exámenes periódicos
					Programa de vigilancia epidemiológica, conservación auditiva y riesgo químico.
					Programa de riesgo biológico.
				Programa de prevención de lesiones deportivas.	
Bienestar social	Vivienda Deporte Actividades de integración				
Comunicación organizacional	Actividades de reconocimiento Medios Estrategias comunicativas	Internos y externos.			
Área Externa	Usuarios y comunidad en general.	Servicios de extensión	Servicios a usuarios	Porcentaje de servicios prestados.	
			Servicios a la comunidad en general	Participación de la comunidad en eventos de extensión.	
			Conexiones con la comunidad empresarial	Participación de alianzas y convenios de cooperación.	

				Indicador de actividades realizadas en el marco de los convenios.	
				Participación y cooperación interinstitucional.	

Fuente: CASTIBLANCO TORRES , Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia. Propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Tesis de grado. Facultad de ingeniería y arquitectura, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Programa curricular de Ingeniería Industrial. Manizales, 2005.

Tomando como base el modelo de balance social realizado por Castiblanco Torres y Ñañez Ojeda (2005)³¹, se plantea un modelo de balance social que permita el análisis pormenorizado de los diferentes aspectos que determinan los temas clave del contexto social en el que se ubica la empresa. Tales temas clave, tanto por su propia entidad, que permite un tratamiento individual de los mismos, como por su carácter globalizador del citado contexto social, pueden ser clasificados de la siguiente forma:

- Empleo.
- Remuneraciones.
- Salud laboral.
- Organización del trabajo.
- Desarrollo de los recursos humanos.
- Medio ambiente.
- Programa de acción social.

En el cuadro 2 se desarrolla cada uno de estos temas a través de una serie de elementos considerados de necesario seguimiento y control a través de sus correspondientes indicadores debidamente estandarizados.

Se debe tener en cuenta que esta relación es completamente abierta, debiendo ampliarse, para cada situación concreta, con aquellos otros elementos que se consideren oportunos. Otro tanto hemos de decir de los indicadores relacionados en el mismo cuadro, ya que se han considerado exclusivamente los ya existentes en el sistema socio-económico, o bien aquellos más fácil y directamente obtenibles y que cumplen la definición dada anteriormente.

Evidentemente, la relación no es exhaustiva, ya que algunos de los elementos descritos tienen difícil reflejo en un indicador objetivo. En estos casos se debiera intentar crear indicadores propios que ofrezcan un resultado cuantitativo, o bien una valoración subjetiva del elemento en cuestión, como el establecimiento de niveles de resultados del tipo "alto, medio, bajo", "óptimo, bueno, regular, malo, pésimo", etc. Para facilitar la tarea se ha

³¹ CASTIBLANCO TORRES , Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia. Propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Tesis de grado. Facultad de ingeniería y arquitectura, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Programa curricular de Ingeniería Industrial. Manizales, 2005.

ampliado la descripción de cada elemento en la columna titulada "factores determinantes", cuando se ha estimado necesario.

4.4.2 Propuesta del modelo de balance social-MBS para el Canal Comunitario TV San Jorge de Ocaña. Tal como está planteado al inicio de trabajo, uno de los objetivos de este es la propuesta de un modelo de balance social (MBS) para la empresa, el cual conlleva a la elaboración de ciertas variables e indicadores que cubran todas las áreas de modo que se pueda calcular la eficiencia, eficacia, efectividad e impacto de las acciones sociales emprendidas por la empresa, de manera que le permita palpar y medir el cumplimiento de la responsabilidad social.

El MBS se haya resumido en el cuadro de balance, el cual persigue cubrir todas las áreas en donde exista inversión social, es decir en donde existan acciones que beneficien a la comunidad interna y externa de la Institución y donde también se pueda comparar el rendimiento de estas acciones respecto a resultados esperados y a periodos anteriores.

La realización del informe social del Canal (inciso 4.3 de este texto), el cual se considera como el primer paso antes de aplicar un MBS, es también el lugar en el que nacen las variables e indicadores y el complemento para el cuadro de balance que resume el proceso de planeación y control de la gestión social de la empresa.

Pues bien, el paso siguiente es la presentación del cuadro de balance en el cual básicamente se muestran las variables e indicadores, el estado actual, la meta a cumplir y la diferencia entre el estado actual y la meta. En el modelo de balance social propuesto se incluye el cuadro comparativo entre dos periodos con el objetivo de hacer una paralelo con la gestión del periodo anterior, la inversión monetaria hecha por el Canal para alcanzar las metas propuestas y el cálculo de la inversión monetaria efectiva en el cumplimiento de éstas.

A continuación se presenta el cuadro de balance social propuesto para el Canal Comunitario TV San Jorge de Ocaña y la interpretación de sus componentes (cuadro 2):

Cuadro 3. Cuadro de balance para el Canal Comunitario TV San Jorge.

VARIABLES	Prioridad	Estado anterior (2013)	Meta planteada (para 2014)	Estado actual (2014)	% de cumplimiento respecto a la meta	Cumplimiento de la meta
-----------	-----------	------------------------	----------------------------	----------------------	--------------------------------------	-------------------------

Fuente: CASTIBLANCO TORRES , Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia. Propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Tesis de grado. Facultad de ingeniería y arquitectura, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Programa curricular de Ingeniería Industrial. Manizales, 2005.

4.4.2.1 Columna 1. Variables: En ella se anotan las variables, indicadores y sub indicadores que el comité conformado por las distintas áreas del Canal eligieron como preponderantes para el periodo. *Ejemplos: Capacitación y Ausentismo.*

4.4.2.2 Columna 2. Prioridad: Es el grado de importancia que tiene para la Institución el cumplimiento de la meta para cada variable o indicador. Esta priorización varía año tras año pues las necesidades de la empresa pueden cambiar de acuerdo a la importancia que en la cotidianidad van asumiendo las variables. La escala de priorización va de 1 a 3 siendo 1 para variables no tan prioritarias o con prelación baja, 2 para variables medianamente prioritarias las cuales requieren atención urgente y 3 para variables muy prioritarias que se denominan emergencias las cuales deben tener una atención inmediata. El uso de factores de priorización restringidos funciona si las personas encargadas de este proceso asumen una posición crítica y segura respecto a las prioridades. *Ejemplo: El Canal desea un excelente servicio al usuario por lo que es muy importante brindar capacitación a sus empleados, por ello la prioridad es 3, El índice de ausentismo es bajo y las capacitaciones necesarias ya se hicieron por lo que las acciones no son urgentes ni tienen que ser inmediatas por ello la prioridad es 1.*

4.4.2.3 Columna 3. Estado Anterior (2013): Es el resultado de las variables en el periodo anterior al que se quiere evaluar, en este caso el año 2013, la información para el primer año que se aplique el balance sale, en parte, del informe social. Esta columna es importante porque permite comparar el crecimiento de una variable entre dos periodos. *Ejemplos: La cantidad de empleados que se capacitaron en este periodo es de 5. El índice de ausentismo en el 2013 fue de 0.02%.*

4.4.2.4 Columna 4. Meta: Es el resultado cuantitativo que se quiere lograr, este puede estar expresado en porcentaje, cifras, cantidades, etc. según la variable o indicador del que se esté tratando. “Las metas deben acordarse con base en los antecedentes de la empresa en este campo de actividad, en los resultados anteriores y en la situación que se prevé. La meta debe ser realista y alcanzable en el periodo y no necesariamente superior a la del periodo anterior”. *Ejemplo: Respecto a la cantidad de empleados que se han capacitado en relaciones humanas y atención al cliente tenía como meta aumentarlo a 9 entonces en la columna se anota 9. En Ausentismo la meta era reducirla a 0.01%, en la columna se pone 0.01%.*

4.4.2.5 Columna 5. Estado Actual (2014): Es el resultado alcanzado al final del periodo que se quiere evaluar. *Ejemplos: La cantidad de empleados que se capacitaron en el 2014 es de 9, El índice de ausentismo del periodo actual es de 0.01%*

4.4.2.6 Columna 6. Porcentaje de Cumplimiento Respecto a la Meta: Es la diferencia en porcentaje entre el estado actual (Columna 5) y la meta planteada para ese periodo (Columna 4). Hay que tener en cuenta que en los indicadores en donde el ideal es que el estado actual sea más bajo que la meta, en este caso el ausentismo, si el estado actual es más alto que la meta el porcentaje es negativo. *Ejemplo: En cantidad de empleados capacitándose la meta era 9 y llego a 10 lo cual representa que la meta se cumplió y se superó en un 80% en la columna se escribe +11,11% que es la superación de un año a otro $((10*100)/9)-100$*

4.4.2.7 Columna 7. Cumplimiento de la Meta?: En esta columna se escribe Si o No de acuerdo a si la meta se alcanzó o no, esto permite observar si las metas propuestas se cumplieron comparándolas con su prioridad. *Ejemplo: En la variable de Capacitación, la meta se cumplió entonces en la columna se coloca la palabra “Si” y así mismo para la variable Ausentismo la meta si o no se cumplió.*

Variables	Prioridad	Estado anterior (2013)	Meta planteada (para 2014)	Estado actual (2014)	% de cumplimiento respecto a la meta	Cumplimiento de la meta
Capacitación	3	5	9	10	+11.11%	Sí
Ausentismo	1	0.02	0.01	0.01	50%	Sí

Para la implementación del modelo de balance social en el Canal Comunitario TV San Jorge es necesario seguir las siguientes actividades que se desarrollan en el tiempo determinado y en el orden específico que les den la Institución y el equipo de trabajo:

Definición del plan social del Canal que debe responder al cumplimiento de la responsabilidad social.

Hacer un diagnóstico social (Informe social) que incluya a todas las políticas sociales de la empresa.

Definir los objetivos sociales en un trabajo conjunto entre las dependencias y la dirección de la empresa.

Estructurar un equipo de trabajo que se responsabilice de la aplicación y mejora de este instrumento.

El equipo de trabajo debe definir el plan a seguir para recolectar la información, hacer los cálculos necesarios, el cronograma de actividades y los recursos que se van a necesitar.

Capacitación del equipo de trabajo en temas como responsabilidad social, política social, gestión social, balance social y en el conocimiento de los públicos de la empresa.

Adecuar las variables del modelo de acuerdo a los criterios fundamentados del equipo de trabajo.

Definir fuentes, modo de recolección, tabulación y presentación de la información.

Análisis integral de la información que procede de las variables y evaluación de éstas frente al cumplimiento de las metas propuestas.

Establecer correctivos y recomendaciones necesarias para que el Canal Comunitario tome decisiones acerca de su gestión social en el siguiente periodo.

4.4.3 Modelo de responsabilidad social en el Canal Comunitario TV San Jorge.

4.4.3.1 Misión. Prestar un servicio de excelencia en cuanto a provisión de señal y producción de televisión e internet utilizando tecnología de punta y personal idóneo; así como, satisfacer las necesidades sociales, culturales y ambientales de los asociados.

4.4.3.2 Visión. Ser en el 2017 una empresa asociativa de telecomunicaciones, líder, competitiva y reconocida por proveer señales análoga y digital de televisión, además de producción propia de alta calidad a través del canal comunitario e internet a sus asociados. De igual forma, fortalecer la estructura organizacional con el fin de consolidarse en una empresa autónoma, solidaria y comprometida con el desarrollo de la región en el campo de las nuevas tecnologías, la información y las comunicaciones.

4.4.3.3 Objetivos. Fomentar y estimular la participación de la comunidad en aspectos culturales, laborales, deportivos y recreativos, con el fin de ser medio eficaz de comunicación en el cual se puedan concentrar aspectos de interés común.

Ser reconocida como la mejor empresa en Ocaña en cuanto a compromiso empresarial, responsabilidad social, apropiación de tecnología, eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios.

Garantizar el crecimiento y sostenimiento de la empresa mediante el suministro de publicidad para el sector comercial de Ocaña.

Incentivar el desarrollo económico, comercial y cultural a través de espacios para la industria y el comercio regional, mediante la difusión de sus estrategias comerciales y esfuerzos de mercadeo.

Desarrollar contenidos y programación a partir de la opinión de los televidentes para alcanzar los niveles de rating requeridos.

Generar un clima laboral basado en el buen servicio donde el bienestar y el valor del talento humano que nos permita lograr las metas propuestas por la empresa.

4.4.3.4 Valores. Responsabilidad Social

Honestidad

Calidad humana

Puntualidad

Eficiencia y eficacia

Transparencia

Imparcialidad

4.4.3.5 Organigrama. Ver página siguiente

4.4.3.6 Manual de funciones y procedimientos. En la actualidad el Canal Comunitario TV San Jorge, no cuenta con un manual de funciones y procedimientos estipulado.

4.4.4 Prácticas de responsabilidad social ejecutadas por el Canal Comunitario TV San Jorge, con sus grupos de interés.

4.4.4.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados. Con respecto a estas prácticas encontramos las siguientes:

Mantienen la equidad de géneros en la organización, con la vinculación constante tanto de hombres como mujeres según los cargos que se requieren cumplir

Garantizan un ambiente de seguro y saludable

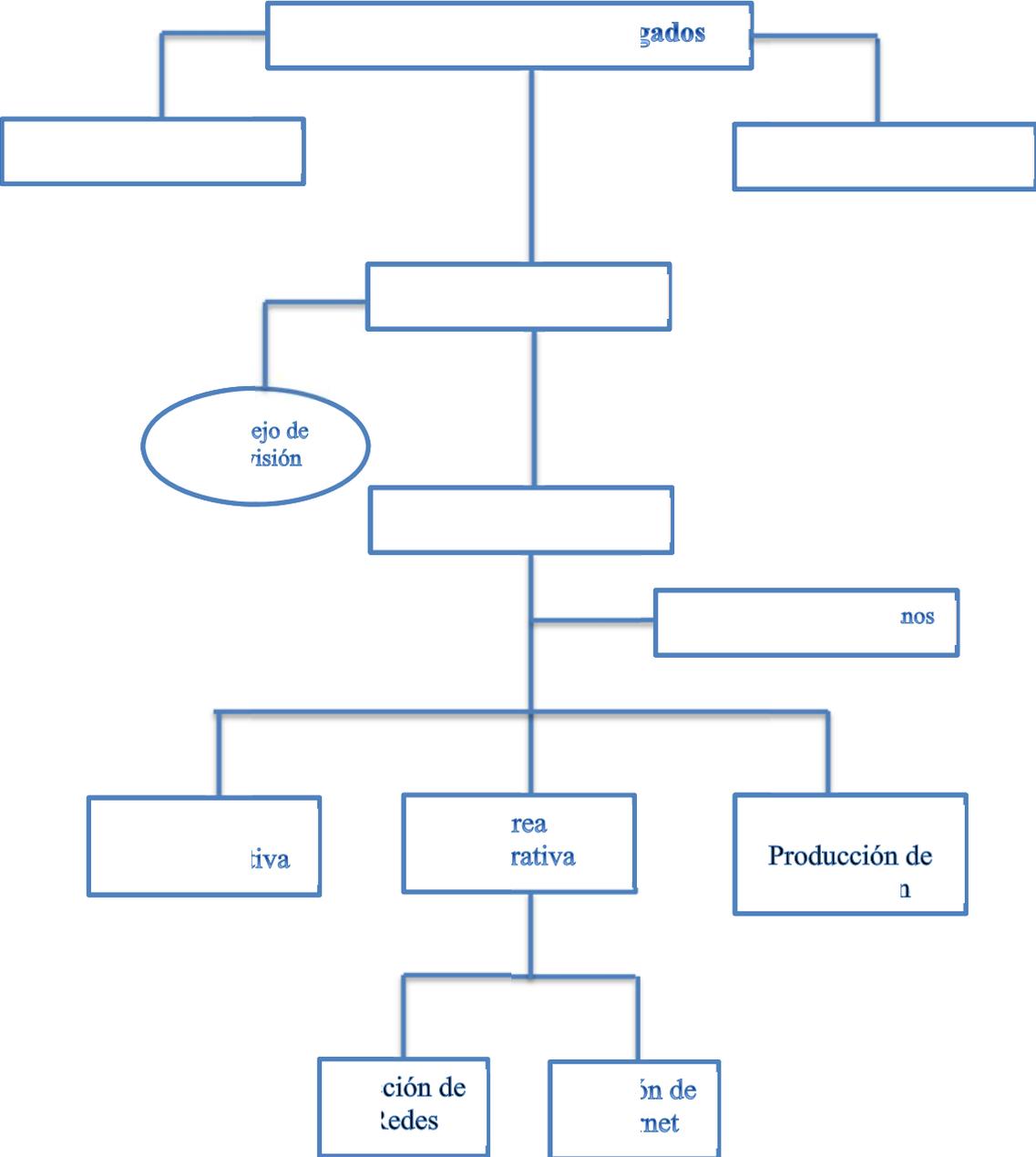
Mantienen la equidad en los procesos de selección con respecto a los sitios de trabajo

Existe comunicación de código de principios y valores de la empresa.

Se aplican políticas de no contratación de menores de edad.

Existe libertad de acción en cuanto a comunicación y participación a los que éstos consideren con niveles superiores.

Figura 1. Organigrama.



abr.,

Cualquier tipo de inconformidad es tratada y atendida en el momento en que surge y los canales de comunicación y negociación están siempre abiertos.

4.4.4.2 Responsabilidad social empresarial con los accionistas. Recuperación de su inversión con rentabilidad

Información transparente y periódica de los movimientos financieros

4.4.4.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores. Transparencia y calidad en los suministros del Canal.

Cumplimiento de los contratos establecidos.

Establecen plazos de pagos razonables.

Políticas de precios justos.

4.4.4.4 Responsabilidad social empresarial con los usuarios. Vela por el cumplimiento de los derechos que tienen los usuarios al recibir servicio de televisión comunitaria con calidad.

Garantizan la calidad de los servicios ofrecidos.

Fijan precios razonables que facilitan la accesibilidad de los usuarios a los servicios de la empresa.

Ofrecen información veraz y relevante sobre los servicios prestados.

Atienden quejas, reclamos y sugerencias por parte de los usuarios acerca del servicio prestado.

Promueve el cumplimiento de los deberes y derechos por parte del usuario en el proceso de atención.

Participa en los procesos de identificación de necesidades, expectativa y la percepción relacionada con la prestación del servicio.

4.4.4.5 Responsabilidad social empresarial con la comunidad. Promueve la humanización no solo al interior de la empresa, sino que apoya a que la comunidad se involucre.

Genera empleo y desde ahí apoyo a la familia y desarrollo social

Se orientan las acciones y las políticas del Canal Comunitario, identificando las necesidades y expectativas de los usuarios para satisfacción de los mismos.

Tiene una responsabilidad con el sistema de televisión, buscando la eficiencia y aporte al equilibrio del mismo.

4.4.4.6 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente. Adaptan prácticas para reducir la generación de residuos.

Campañas en los diferentes programas transmitidos en el canal, promocionando el compromiso de cuidar el medio ambiente a través de implementación de mecanismos de educación para el buen manejo de los desechos sólidos; además, la no contaminación de las calles con basuras.

Uso eficiente de los residuos sólidos y similares.

4.4.5 Esquema de aporte al desarrollo social, económico y ambiental. La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es el aporte consciente y voluntario de la organización hacia el entorno en el que se desempeña, con el fin de promover su desarrollo social, económico y ambiental. Una empresa socialmente responsable es aquella que dentro de su plan estratégico asume una posición activa en la búsqueda por el bienestar de todos los involucrados con su actividad económica y de la sociedad en general.

ETAPA 1: RECONOCIMIENTO SITUACIONAL

Ésta consiste en hacer un recordatorio a la historia estratégica del Canal Comunitario TV San Jorge, donde se tenga en cuenta el tiempo de funcionamiento del mismo. De éste se realizará un análisis de la situación actual y la evolución de la empresa.

ETAPA 2: RECONOCIMIENTO DE VALORES ÉTICOS Y SOCIALES

En esta etapa se hará una revisión y reconocimiento de los valores que mediante la práctica, se han plasmado en los servicios del Canal Comunitario TV San Jorge, ellos son:

VALORES ÉTICOS

Honestidad, responsabilidad, lealtad, justicia social, transparencia, compromiso, equidad.

VALORES SOCIALES

Cooperación, solidaridad, confianza, amistad, respeto a la dignidad humana, ayuda mutua, trabajo en equipo, integración y compromiso con la comunidad.

Luego de analizados los valores, se llevarán a la práctica desde su medio interno al externo.

ETAPA 3: RECONOCIMIENTO DE VALORES ECONÓMICOS Y POLÍTICOS

En cuanto a los valores económicos y políticos del Canal Comunitario TV San Jorge, se tendrán en cuenta los siguientes:

VALORES ECONÓMICOS

Servicio, trabajo, eficiencia, calidad, rentabilidad.

VALORES POLÍTICOS

Autonomía, pluralidad, participación, democracia y espíritu comunitario. Esto teniendo en cuenta que en ningún momento se mezclarán con el interés político impartido por la democracia del país.

Todos estos valores importantes en la rentabilidad del Canal Comunitario TV San Jorge.

4.4.5.1 Aporte al desarrollo ambiental. A pesar de operar en un medio cuya huella ambiental es menor que en otras, el Canal Comunitario TV San Jorge, reconoce el impacto ambiental de sus operaciones, y lo traduce en un compromiso permanente de identificar mejores prácticas para prevenir, eliminar, disminuir o compensar los impactos que se derivan de todas las áreas del negocio.

Sistema de gestión ambiental. Identificar aquellas actividades que se llevan a cabo y que de una u otra forma inciden en el medio ambiente, ya sea por el consumo de recursos o por la generación de desechos. En esta etapa será muy útil la creación de indicadores que permiten medir el impacto de cada programa, como es el caso de los indicadores de consumo de recursos (agua, electricidad, papel) y los de desechos (ordinarios, de reciclaje, especiales, tecnológicos).

Ahorro en electricidad, agua y papel. Reducción del consumo de papel: prioridad para todas las empresas por su doble impacto económico y ambiental.

Uso de papel reciclado: tiene implícitos beneficios ambientales y potenciales beneficios económicos a la comunidad.

Monitoreo del consumo de agua y electricidad: Se propone un programa de sensibilización y educación hacia lo interno de la empresa, el cual utiliza una serie de canales de comunicación permanente, como fondos de pantallas, charlas, noticias, talleres, entre otros. El pilar del sistema será el establecimiento de los Gestores o Promotores Ambientales que se incorporarán al programa como voluntarios, en todos los programas emitidos por el Canal Comunitario TV San Jorge.

Para el Canal Comunitario TV San Jorge, el compromiso ético y los valores empresariales como la transparencia, la integridad y el respeto son los pilares fundamentales bajo los

cuales se relaciona, construyendo una empresa responsable y sustentable en el largo plazo. Pero, para ello no es suficiente solo preocuparse de ser rentables, sino que se ha vuelto relevante y necesario generar valor económico poniendo énfasis en cómo administra y gestiona el servicio, tomando en consideración las tres dimensiones del desarrollo sustentable: la social, económica y ambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge, en primera instancia, del reconocimiento que el quehacer empresarial genera impactos positivos y negativos con quienes se relaciona el Canal Comunitario ya sean los colaboradores, proveedores, clientes, autoridades, comunidades y el ambiente. Desde esta perspectiva, se entiende la gestión socialmente responsable como la administración de riesgos sociales y ambientales que definen un nuevo valor, donde el acento está puesto no solo en la riqueza que se genera, sino también en el bienestar y la calidad de vida de todos los stakeholders que impactan con el canal, o bien que impactan donde se opera.

Gestión Social. Dentro de la filosofía y estilo de vida del Canal Comunitario TV San Jorge, la RSE constituye un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas que, integrados en la operación, se enfocan en construir una relación ética y transparente con todos sus stakeholders o grupos de interés.

Medio Ambiente. El Canal Comunitario TV San Jorge previene, mitiga y compensa los impactos ambientales que esta empresa demanda, conservando la biodiversidad.

La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos y la normatividad legal; la capacitación de los empleados, no solo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales.

Las acciones que se pueden realizar en la empresa, en los esfuerzos por desarrollar una verdadera responsabilidad social empresarial y contribuir con ello al desarrollo sostenible, deben orientarse hacia:

Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental por esta causa.

Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.

Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.

El manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios.

Crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.

Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.

Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.

Mejorar procesos productivos no contaminantes.

Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas.

Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.

Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.

Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de los empleados.

En procesos de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se preparen en un nuevo estilo de vida, ayudando a abrir la visión y enseñando a manejar el poco capital con que cuentan.

Indudablemente son muchas las acciones que pueden realizar las empresas como parte de sus estrategias y programas de responsabilidad social empresarial; dirigidas hacia el respeto por los derechos humanos, la libertad de asociación, el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, la compensación adecuada, la no discriminación, el respeto a la dignidad de las personas, el apoyo programas de salud pública y el control de los impactos ambientales.

Además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; la responsabilidad social empresarial resulta con frecuencia también favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto

contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas.

Otro factor importante es el plan de manejo ambiental para el Canal Comunitario TV San Jorge, se formulará con base en la política ambiental de la legislación ambiental Colombiana (Ley 99 de 1.993), por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones. El presente plan de manejo ambiental podrá estar sujeto a actualizaciones o modificaciones según lo determine la autoridad ambiental.

Como es de describir el medio ambiente produce influencias en la salud de las personas de muchas maneras a través de la exposición a factores de riesgo físicos, químicos y biológicos y por medio de los cambios relacionados con la conducta en respuesta a dichos factores.

El impetuoso crecimiento de la sociedad contemporánea, condicionado por el alto nivel de desarrollo científico técnico se asocia con daños cada vez mayores a las condiciones ambientales en las que el hombre se ha adaptado a vivir.

Hoy se puede asegurar que producto de la acción humana se está modificando la composición química y física de nuestra atmósfera, introduciendo transformaciones que pueden variar el clima actual, no sólo en el ámbito local sino también a escala global.

Aunque a nivel global, los directivos de las empresas incorporan cada vez más la variable ambiental al proceso de gestión para minimizar los impactos y que a su vez esta variable se convierte en un instrumento de gestión y optimización de los procesos, en Colombia esta variable se tiene en cuenta por los empresarios, pero sobre todo para evitar pérdidas a la empresa por sanciones de otras entidades relativas a daños ambientales, sin embargo el uso de esta variable integrada coherentemente a los procesos de gestión no está generalizada aún en las industrias Colombianas.

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo nuestras intrusiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde nuestro punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la pérdida

de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico. La gestión del medio ambiente implica la interrelación con múltiples ciencias, debiendo existir una inter y transdisciplinariedad para poder abordar las problemáticas, ya que la gestión del ambiente, tiene que ver con las ciencias sociales (economía, sociología, geografía, etc.) con el ámbito de las ciencias naturales (geología, biología, química, etc.), con la gestión de empresas (management), etc.

La contribución de las empresas al Medio Ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas. No es aceptable que las compañías actuales no tomen conciencia de los riesgos que corre la humanidad al descuidar el patrimonio de todos. Bajo el concepto de preservación del Medio Ambiente nos referimos a los varios métodos para: Contribuir al control de los cambios climáticos, sea modificando los productos o procesos de producción.

Actualmente son cada vez mayores las presiones para que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental. Estas se manifiestan principalmente en las demandas de los mercados externos, el aumento de normas y estándares técnicos, producto de consumidores más exigentes, presiones de la sociedad civil y medios de información más poderoso; así como gobiernos con normativas internas más exigentes. La tendencia de reportar el desempeño social y ambiental por parte de las empresas se hace cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas de las empresas con sus accionistas y la sociedad en general.

Muchas de las empresas buscan producir de manera más limpia, mejorar la calidad de vida de sus trabajadores o contribuir al desarrollo de las comunidades; pero no se sabía en qué medida estos esfuerzos eran observados y valorados por la opinión pública.

En el plano ambiental es preciso tener presente que los fenómenos ambientales propios del medio se ven directamente afectados por la evolución de las empresas en un medio competitivo y cambiante como el actual, por lo que la no implementación en estas empresas de políticas adecuadas para el manejo de residuos que se producen en el diario transcurrir de sus labores acrecientan la contaminación del medio ambiente.

Propuesta ambiental. Objetivos. Las medidas de manejo ambiental que se presentan en este plan de manejo se prepararon con el fin de mantener las condiciones ambientales del área de influencia donde opera el Canal. Esta empresa se preocupará y aspira a estar a la vanguardia de la protección y conservación del medio ambiente tratando que no se lesionen los derechos de las personas y de la naturaleza, para tal caso se propone realizar un análisis para tomar medidas dentro del plan de manejo ambiental del proyecto.

Para tal efecto, se presenta una propuesta ambiental como iniciativa al Canal Comunitario TV San Jorge, al cual se le propone un Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS), todo ello con el fin de evitar la contaminación en el medio donde opera la empresa. Para ello se propone como primera medida la estandarización del código de colores residuos sólidos ICONTEC GTC-24. (ver figura 1)

Código de colores residuos sólidos ICONTEC GTC-24		
	<u>Papel, cartón y periódico.</u> cartón, papel, revistas archivo, periódico	Reciclable
	<u>Plásticos.</u> Vasos plásticos desechables garrafas, tarros, bolsas.	Reciclable
	<u>Residuos de alimentos.</u> Residuos de alimentos, antes y después de su preparación, reiduos de jardinería..	Reciclable
	<u>Vidrio.</u> Vidrio limpio, de recipientes blanco, verde y ambar	Reciclable
	<u>Ordinarios.</u> Servilletas, barrido, icopor, paquetes de mecatro papel y cartón engrasado, colillas de cigarrillo, papel y toallas higiénicas.	No reciclable
	<u>Peligrosos.</u> Baja lenguas y gasas contaminadas con fluidos corporales, anatomopatológicos, drogas vencidas.	No reciclable

Fuente: ORTEGÓN, Katherine. Programa de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS) (online). 1 ed. [Cali]: Universidad ICESI, 2012 [citado 1 nov., 2014]. Disponible en: http://www.laseguridad.ws/consejo/consejo/html/memorias/memorias_complementarias_congreso_41/archivos/trabajos/1.16.pdf

En cuanto a la cultura sobre el reciclaje, se tendrá en cuenta los residuos que genera a diario la empresa, entre los cuales se encuentran: papel, alimentos, químicos. Realizando una excelente disposición se obtendrán beneficios como:

Construcción de la cultura del reciclaje, por medio de la cual se contribuya al mejoramiento del medio ambiente y la calidad de vida de la comunidad en general.

Cuidar mejor las instalaciones de la empresa y mantener una buena imagen.

Prevención de enfermedades asociadas con la inadecuada disposición de residuos y disminución de situaciones inseguras dentro de la empresa.

Disminución del volumen de residuos en los sitios de disposición final, logrando tener un menor impacto ambiental y facilitando su manipulación.

Cumplimiento de la legislación Colombiana vigente en materia de medio ambiente, seguridad y salud.



Fuente: ORTEGÓN, Katherine. Programa de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS) (online). 1 ed. [Cali]: Universidad ICESI, 2012 [citado 23 ene., 2014]. Disponible en: http://www.laseguridad.ws/consejo/consejo/html/memorias/memorias_complementarias_congreso_41/archivos/trabajos/1.16.pdf

Se debe realizar un correcto monitoreo y seguimiento encaminado a ejecutar una observación continua en el tiempo y el espacio a las variables ambientales y sus indicadores, con el fin de determinar el comportamiento y evolución de los aspectos físicos, bióticos y socioeconómicos de un sistema de disposición final de residuos sólidos y su área de influencia.

El entorno ambiental sobre el cual se sustentará la prestación del servicio se hará con responsabilidad, dando cumplimiento a las leyes y normas que regulan el sector, empleando instrumentos claros y óptimos que permitan asumir la recuperación sanitaria y ambiental de los sitios afectados e incorporar las variables y parámetros ambientales en cada uno de los componentes del servicio a ofrecer.

Para que el plan de manejo ambiental sea eficaz y eficiente se hace necesario realizar visitas de monitoreo y evaluación con el fin de detectar posibles problemas e inconvenientes a presentarse.

Se hace necesario que la empresa en su aspecto ambiental opte por:

Reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente de ciertos productos o procesos.

Utilizar fuentes de "energía verdes" o "limpias" (Producida por el sol, el viento, o el agua). Ello puede llevarse a cabo utilizando el método de tecnologías limpias y espacio más verde.

Implementar otros métodos que contribuyen a la conservación del medio ambiente, como el reciclaje.

Preservación del Medio Ambiente.

Experiencias con el Entorno Interno.

Ahorrar el uso de energía.

Proteger la selva, gracias a prácticas responsables.

La tendencia de reportar el desempeño social y ambiental por parte de las empresas se hace cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas de las empresas con sus accionistas y la sociedad en general. Esto por cuanto, un mejor desempeño social y ambiental puede traducirse en una mejora en la competitividad y en un mejor desempeño económico de las empresas y en consecuencia en un aumento de su valor.

5. CONCLUSIONES

Se elaboró el diagnóstico situacional al Canal Comunitario TV San Jorge, estableciéndose algunos hallazgos que permitieron conocer la situación actual de la misma, encontrándose satisfacción por parte de sus usuarios y empleados, en cuanto a las acciones de responsabilidad social implementadas por la empresa.

Al identificar los distintos grupos de interés (stakeholders), con los que se interrelaciona el Canal Comunitario TV San Jorge, se tiene que la empresa cumple con las acciones de responsabilidad social básicas, siendo así el único canal comunitario de la ciudad que interrelaciona con sus grupos de interés de manera general, puesto que la competencia no cumple con la misma.

La aplicación de instrumentos como el informe social puestos en práctica por primera vez a la empresa origina una costumbre de registro de actividades y de elaboración de informes de gestión que permiten una pronta y veraz recolección de información, facilitando este proceso para futuras aplicaciones. Por lo tanto, para que la gestión social cumpla su cometido, los miembros de la empresa y la comunidad que reciben los servicios de la empresa deben realizar una reflexión profunda acerca de la importancia de este instrumento.

Finalmente, se realizó la propuesta de un modelo de balance social adecuado a las particularidades del Canal Comunitario TV San Jorge de Ocaña, y basado en el propuesto por CASTIBLANCO TORRES, Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia, en su propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Todo ello teniendo en cuenta que en dicho modelo se encontraron los requerimientos para la propuesta realizada al Canal Comunitario TV Sam Jorge, la cual es dejada a disposición de la empresa, con el fin de que se implemente.

6. RECOMENDACIONES

Reconocer la responsabilidad social del Canal Comunitario, con el fin de tener claro los informe que deben presentarse en cuanto a su desempeño social y ambiental.

Mantenerse al tanto de los distintos grupos de interés con los que interrelaciona la empresa, con el fin de que no se conviertan en competencia agresiva.

Aprovechar los informes que anualmente se presentan, con el fin de tener claro la responsabilidad social que la empresa sostiene con sus grupos de interés, y los beneficios que se obtienen al conocer los efectos positivos y negativos posibles que tenga la misma.

En función de la anterior recomendación, implementar el modelo de balance social al Canal Comunitario TV San Jorge, con el fin de conocer la real situación social de la empresa.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

BALANCE SOCIAL (online). 1 rev. []: 2012 [citado 3 abr., 2014]. Disponible en: <http://www.balancesocial.com/>

BOLETÍN IRAM. Norma ISO 26000 – RSE. [online]. Actualizado en el 2006. Citado el 18 de Enero de 2010. Disponible en Internet En: <http://www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf> p. 1 de 8.

CASTIBLANCO TORRES, Valentina y ÑAÑEZ OJEDA, Liliana Patricia. Propuesta de un modelo de balance social para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Tesis de grado. Facultad de ingeniería y arquitectura, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Programa curricular de Ingeniería Industrial. Manizales, 2005. 175p.

DERES. Balance social (online). 1 ed. [Uruguay]: DERES, 2010 [citado 23 mar., 2014]. Disponible en: http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf

RRPP. Responsabilidad social (online). 1 ed. [Cali]: RRPP Net, 2012. [citado 23 mar., 2014]. Disponible en: <http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidad%20social.htm>

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) Publicado en 2001 (citado el 6 de Diciembre de 2012). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a los empleados del Canal Comunitario TV San Jorge

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE CONTADURIA PÚBLICA**

Objetivo: Realizar un estudio del balance social del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de estar vinculado a la empresa?

Menos de 1 año _____

De 1 a 2 años _____

De 3 a 4 años _____

Más de 5 años _____

2. ¿Qué derechos laborales le brinda la empresa a los empleados?

a) Contratación bajo los parámetros legales _____

b) Capacitación _____

c) Salud y seguridad social _____

d) Salarios justos _____

e) Integración y recreación _____

f) Horarios adecuados _____

g) Otros ___ Cuáles? _____

3. ¿Considera usted que el *Canal Comunitario TV San Jorge* le brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de su trabajo respecto a?

a) Herramienta y Equipos de trabajo _____

b) Espacio _____

c) Iluminación _____

d) Ventilación _____

e) Otra _____ ¿Cuál? _____

4. ¿Con que palabra asocia Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Obligación ()

Bienestar Social ()

Bienestar de los Trabajadores ()

5. ¿Realiza la empresa actividades de Responsabilidad Social Empresarial referente a:

- a) Brigadas de salud _____
- b) Mejoramiento y concientización ambiental _____
- c) Capacitación tecnológica _____
- d) Otras _____ ¿Cuál (es)? _____

6. El Canal Comunitario los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?

Si _____

No _____

¿De qué manera? _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo B. Encuesta dirigida a los usuarios del Canal Comunitario TV San Jorge

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE CONTADURIA PÚBLICA**

Objetivo: Realizar un estudio del balance social del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

1. Conoce usted si el Canal Comunitario TV San Jorge realiza Responsabilidad Social Empresarial

Si___ No___

2. El Canal Comunitario TV San Jorge, motiva e incentiva a los usuarios a participar en el cumplimiento de deberes y derechos?

Si___ No___

3. Considera que el Canal se preocupa por tener al personal idóneo para prestar el servicio a los usuarios?

Si _____ No _____ Porque?_____

4. El Canal Comunitario los compromete en la creación de una cultura que garantice la seguridad, salud y bienestar de sus empleados, así como de cualquiera que esté relacionado directa o indirectamente con su actividad?

Si _____

No _____

¿De qué manera? _____

5. ¿Refleja la empresa transparencia y justicia en todas sus actividades?

SI___ NO___ ¿Por qué?_____

6. A su juicio, ¿Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable?

a) Porque reporta beneficios para la empresa _____

b) Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales _____

c) Porque es un asunto de principios, un deber ético _____

d) Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo C. Entrevista dirigida a la Gerente del Canal Comunitario TV San Jorge

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE CONTADURIA PÚBLICA**

Objetivo: Realizar una propuesta de balance social del Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña.

1. Ha realizado la empresa un estudio de balance social?

Sí _____ No _____ Por qué _____

2. ¿Qué proyecciones económicas tiene el canal TV San Jorge?

3. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos para el Canal?

4. ¿Considera necesario un plan de aporte al desarrollo social de la empresa?

SI ___ NO ___ ¿POR QUÉ? _____

5. ¿Qué beneficios sociales y económicos cree usted que el Canal TV San Jorge le ha otorgado a la comunidad a la cual ofrece sus servicios?

6. ¿Considera usted que se está cumpliendo con la misión y visión de la empresa?

Sí _____ No _____ Por qué _____

7. ¿El Canal posee objetivos y valores corporativos definidos?

Sí _____ No _____

8. ¿Cómo está integrada la Responsabilidad social empresarial en el *Canal Comunitario TV San Jorge*?

a) Existe una política de RSE _____

b) Está considerada en la misión y visión _____

c) Está incluida dentro de los valores _____

d) Es uno de los objetivos estratégicos _____

e) Se incluye en el Código de ética, *Manual de convivencia, Reglamento interno* _____

f) Existen indicadores de gestión definidos _____

g) No está integrada _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo D. Cálculo algunas variables e indicadores del modelo de balance social para el Canal Comunitario TV San Jorge de la ciudad de Ocaña

ÁREA INTERNA

Empleados

Características socio laborales de los empleados: En este campo se establece básicamente el conocimiento de la población de empleados y usuarios, este conocimiento cualitativo y cuantitativo de esta comunidad incluye género, procedencia, nivel de formación, ocupación, tiempo de dedicación, participación en fondos, estabilidad laboral, entre otros.

Variable:

Descripción demográfica: Aquí se identifica las características sociales y laborales de los empleados del Canal.

Indicadores

Distribución por Labor: Mide el porcentaje de empleados administrativos y operativos sobre el número total de empleados.

Participación por Género: Mide el porcentaje de hombres o mujeres, administrativos y operativos, sobre el número total de empleados.

Contratación y generación de empleo:

Distribución por clase de contrato: Calcula la clase de contrato en la empresa y la distribución de los empleos por cada tipo de contrato.

$$\text{Calculo} = \frac{\text{Número total de administrativos u operativos} \times 100}{\text{Número total de empleados de la empresa}}$$

$$\text{Calculo} = \frac{\text{Número total de hombres o mujeres, administrativos u operativos} \times 100}{\text{Número total de empleados de la empresa}}$$

$$\text{Calculo} = \frac{\text{Número de empleados con contrato (por tipo de contrato)} \times 100}{\text{Número total de empleados de la empresa}}$$

Indicadores

Fondos, cooperativas y asociaciones: Mide el número de fondos cooperativas y organizaciones existentes así como la participación porcentual de los empleados en estas organizaciones frente al total de empleados de la empresa y de manera descriptiva los

aportes de la misma a estas así como las actividades que realizan en beneficio de sus afiliados.

$$\text{Calculo} = \frac{\text{Numero total de empleados (por región) X 100}}{\text{Número total de empleados de la empresa}}$$

$$\text{Calculo} = \frac{\text{Numero total de empleados afiliados al fondo X 100}}{\text{Número total de empleados de la empresa}}$$

Salarios y prestaciones: Evalúa el cumplimiento de la empresa con sus empleados respecto a las prestaciones legales y extralegales, además evalúa los beneficios que presta la empresa para educación de sus empleados.

Anexo E. Informe de Gestión Financiera de Asucap San Jorge

RESULTADOS FINANCIEROS. En este informe presentamos los resultados en forma general.

Cifras relevantes del Estado de Resultados: Ingresos

CONCEPTO	2.011	2.012	2.013	A JUNIO 30/2014
Ingresos	1.918.098.341	2.176.738.622	2.710.824.175	1.606.343.609
% de Aumento	12,73%	13,48%	24,54%	

Los anteriores resultados muestran el desarrollo óptimo que ha tenido la Asociación en cuanto a los ingresos recibidos año tras año, donde se puede evidenciar que cada periodo ha sufrido aumentos significativos que dan fe de la gestión administrativa.

Se destaca el aumento en el ingreso por parte de los clientes corporativos del servicio de internet, canal dedicado, canal empresarial y la gran aceptación del servicio que ofrece en términos de calidad y respaldo técnico la mejor alternativa para el sector empresarial.

El ritmo de crecimiento de la empresa ya alcanza su tope máximo de 15.000 asociados (pese a la regulación actual Resolución 0433 y presencia de empresas de televisión por suscripción ofreciendo una mejor oferta de canales codificados).

Cifras relevantes del Estado de Resultados: Gastos

CONCEPTO	2.011	2.012	2.013	A JUNIO 30/2014
Costos de Administración	979.072.554	1.142.429.367	1.394.651.600	741.977.297
Canales Codificados	503.955.759	551.107.566	699.742.374	504.102.107
Costos de producción propia	369.631.857	368.613.841	415.085.067	192.753.880
Gastos no operacionales	39.780.426	70.462.708	96.659.565	29.066.087
TOTAL GASTOS	1.892.440.596	2.132.613.482	2.606.138.606	1.467.899.371
% de Aumento	15,13%	12,69%	22,20%	

La administración siempre ha planeado su gestión en cuanto al gasto, tal como lo demuestran las cifras anteriores que dan cuenta del equilibrio que existe entre el ingreso y el gasto, buscando la generación de excedentes que puedan ser reinvertidos en la empresa con el propósito de que crezca y siga siendo una empresa líder y posicionada en el mercado.

Debido al crecimiento que ha tenido la Asociación en el ofrecimiento de nuevos servicios como internet y nuevos asociados se han visto grandes incrementos en el ingreso pero a la vez esa expansión ha requerido incurrir en gastos como contratación temporal de personal e incluir nuevos canales solicitados por los asociados, con el propósito de lograr la eficiencia en la prestación del servicio y el agrado de nuestros asociados.

Este buen manejo permitió el pago hasta la fecha del canal codificado Win Sports, que representa el 24% de la cuota de sostenimiento de cada asociado activo.

Mantenemos las condiciones del servicio y el pago de las compensaciones exigidas por la ANTV.

Cifras relevantes del Estado de Resultados: Excedentes

CONCEPTO	2.011	2.012	2.013	A JUNIO 30/2014
Excedentes	23.091.970	39.712.625	94.217.012	124.599.814
% de Aumento	-55,55%	41,85%	57,85%	

La Asociación siempre ha contado año tras año con excedentes permitiendo así su crecimiento a través de la inversión en equipos de tecnología que han permitido ir a la vanguardia de los cambios tecnológicos para este tipo de servicio. Al corte del 30 de junio del 2014, logramos excelentes resultados operativos en relación con lo previsto. La gestión financiera estuvo orientada a la optimización de las condiciones financieras (variación del dólar) para contar con la compra de divisas en las tasas más bajas sugeridas por el mercado para internet e igualmente la planeación adecuada entre los ingresos y gastos

Cifras relevantes del Balance General: Activos

CONCEPTO	2.011	2.012	2.013	A JUNIO 30/2014
Activo Corriente	350.426.071	438.207.189	551.825.162	641.055.328
Activo no Corriente	1.311.202.017	1.477.805.019	1.512.102.011	1.550.622.484
Activos Totales	1.661.628.088	1.916.012.207	2.063.927.173	2.191.677.812
% de Aumento	11,24%	15,31%	7,72%	

De la anterior información se puede inferir que el Activo periodo a periodo sufre incrementos significativos que demuestran que la inversión que se hace especialmente en la Propiedad, Planta y Equipo como es el caso del Equipo Técnico de Comunicaciones (proyecto de internet con sentido social) logrando así fortalecer a la Asociación en la prestación del servicio.

Cifras relevantes del Balance General: Pasivos

CONCEPTO	2.011	2.012	2.013	A JUNIO 30/2014
Pasivo Corriente	220.464.332	289.898.120	303.968.837	294.484.979
Pasivo no Corriente	27.364.950	120.218.056	91.333.263	66.156.622
Total Pasivos	247.829.282	410.116.176	395.302.100	360.641.601
% de Aumento	60,06%	65,48%	-3,61%	
Patrimonio	1.413.798.806	1.505.896.032	1.668.625.073	1.831.036.211
% de Aumento	-5,35%	6,51%	10,81%	

El endeudamiento de la Asociación ha sufrido incrementos debido a los proyectos en los que se han incursionado como el servicio de internet, expansiones, para lo cual se ha accedido al crédito bancario de largo plazo y con periodos de gracia, logrando así la liquidez necesaria ya que las inversiones son altas.

Indicadores Financieros

INDICADORES	2010	2011	2012	2013
INDICADORES DE LIQUIDEZ O SOLVENCIA				
CAPITAL DE TRABAJO	99.396.297,88	100.576.945,74	139.739.226,09	236.120.482,50
RAZON CORRIENTE	1,64	1,41	1,48	1,78
SOLIDEZ	9,65	6,70	4,67	5,22
INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO				
ENDEUDAMIENTO TOTAL	10,37	14,91	21,40	19,15
INDICADORES DE RENTABILIDAD				
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	3,88	1,63	2,64	9,01
RENDIMIENTO DE ACTIVOS	3,48	1,39	2,07	4,56

La información financiera para ser analizada y formarse un juicio correcto de las finanzas de la Asociación, debe mirarse desde la perspectiva de los cálculos de los indicadores financieros, en este sentido se puede inferir por ejemplo, que el capital de trabajo de la empresa es positivo y tiende a aumentar año a año permitiendo de esta forma que la Asociación tenga un capital óptimo para seguir realizando su actividad operacional.

La razón corriente muestra que la Asociación cuenta con la liquidez suficiente para cancelar sus deudas de corto plazo.

Igualmente el indicador de solidez nos muestra que por un peso de deuda la empresa tiene 5 para su respaldo, indicando la gran solidez que tiene la Asociación.

En cuanto a la rentabilidad del patrimonio y del activo muestra indicadores positivos y con tendencia a aumentar demostrando la generación de excedentes y el aumento de estos cada año.

El nivel de endeudamiento ha ido incrementándose de acuerdo a las necesidades de inversión de la empresa, por el cual la empresa ha podido cubrirlo sin ningún inconveniente.

En conclusión, los Resultados obtenidos son muestras de nuestra gestión operativa y financiera realizado durante todo este periodo y que dan cuenta de una Asociación sólida, con buena salud financiera y preparada para continuar afrontando los retos a corto y largo plazo que traen consigo los planes de expansión y la continuidad del negocio bajo otra modalidad del servicio.

Nuestro crecimiento, además de ser el mayor reto que tenemos hoy, es un compromiso con la sociedad y con el futuro.

Belky Zulay Salcedo Torres
Gerente Asucap San Jorge

Anexo F. Carta dirigida a la gerente del Canal Comunitario TV San Jorge

Ocaña, 25 de noviembre de 2014



Doctora
BELKYS SULAY SALCEDO
Gerente
Canal Comunitario TV San Jorge
Ocaña

Atento saludo.

Por medio de la presente nos permitimos dirigimos a usted, ELIANA GONZALEZ CERVANTES y GLORIA STEPHANIE PÉREZ NAVARRO; estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, y quienes meses atrás la estuvimos visitando pidiéndole un aval para poder realizar nuestro trabajo de grado titulado: PROPUESTA DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA EL CANAL COMUNITARIO TV SAN JORGE, DE LA CIUDAD DE OCAÑA; lo cual fue aceptado por usted. Para ello le solicitamos a usted, de manera comedida, en lo posible, el préstamo del Código de Ética y el Informe de Gestión de la Gerencia y Junta Directiva. Lo anterior con el fin de darle término a dicho documento, según requerimientos de los jurados de sustentación.

Agradecemos a ustedes su valiosa colaboración.

Respetuosamente,

Eliana Patricia Gonzalez
ELIANA GONZÁLEZ CERVANTES
Estudiante Contaduría
UFPSO

Gloria Stephanie Perez
GLORIA S. PÉREZ NAVARRO
Estudiante Contaduría
UFPSO