

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	Dependencia	Aprobado		
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADÉMICO</b>		<b>Pág. 1(89)</b>

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>NAYIBE JULIO RODRÍGUEZ RUBIELA PAOLA QUINTERO QUINTERO</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA</b>		
DIRECTOR	<b>MAGDA MILDRETH RODRÍGUEZ CASTILLA</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA.</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>EN ESTA INVESTIGACIÓN SE REALIZO UN DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO, UTILIZANDO LA MATRIZ DOFA, CON EL FIN DE CONOCER SU RESPONSABILIDAD SOCIAL, SE DETERMINO EL IMPACTO POSITIVO QUE GENERA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO, CONTRIBUYENDO A LA SOSTENIBILIDAD DE LA MISMA, PROPONIENDO UN MODELO DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y FINANCIEROS, CON EL FIN DE QUE SE MEJORE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 89	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 11	CD-ROM: 1



**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO  
DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA**

**NAYIBE JULIO RODRÍGUEZ  
RUBIELA PAOLA QUINTERO QUINTERO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA  
OCAÑA  
2015**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO  
DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA**

**NAYIBE JULIO RODRÍGUEZ  
RUBIELA PAOLA QUINTERO QUINTERO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de  
Contador Público**

**Directora  
MAGDA MILDRETH RODRÍGUEZ CASTILLA  
Contador Público**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA  
OCAÑA  
2015**

## **ADVERTENCIA**

La universidad Francisco de Paula Santander no es responsable de los conceptos emitidos en este trabajo de grado.

Acuerdo 025 de octubre de 1970, Artículo 159.

## DEDICATORIA

Hoy es el día en donde culmino mi etapa como profesional, en donde las semillas de mi esfuerzo y dedicación que he cultivado todos estos años han dado fruto para lograr convertirme en un gran profesional, el cual he aprendido académicamente pero sobre todo donde he crecido como persona.

Primero quiero darle gracias a DIOS por permitirme llegar al final de un sueño que hoy se hace realidad, porque hoy con orgullo puedo decir que soy una profesional. Pero como no agradecerles a las personas que sin su apoyo no hubiese podido lograrlo.

Este triunfo quiero dedicárselo especialmente a mis padres JAVIER QUINTERO SANTIAGO Y LUCY QUINTERO SANJUAN, a mi hermana INDY YULIANA QUINTERO por estar siempre a mi lado, por todos sus consejos, por sus esfuerzos, porque ustedes me motivaron a seguir luchando por mis sueños, gracias por enseñarme a luchar, por formarme en valores que hoy me convierten en una gran mujer y que sobre todo me ayudaron a terminar esta etapa de mi vida.

A mi novio DIEGO DANIEL PAREJA que fue mi apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, gracias por ayudarme a construir este sueño que hoy es un triunfo para todos.

A mi Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, que me acogió con gran agrado, me educo, me formo; a esta alma mater que cada día con sus enseñanzas fueron guiando y moldeando mi vida profesional y que hoy me convierto en una mujer comprometida con la sociedad.

A mis profesores que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida.

Y como no dedicarle este triunfo a mis compañeros de clase los cuales pase momentos inolvidables, a mis amigos que siempre estuvieron allí para ayudarme.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

**Rubiela Quintero**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a DIOS, por darme la vida a través de mis queridos PADRES quienes con mucho cariño, amor y ejemplo han hecho de mi una persona con valores para poder desenvolverme como: ESPOSA, MADRE Y PROFESIONAL.

A mi ESPOSO Jhon Arévalo Toscano, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir otra etapa en mi vida.

A mis HIJOS, Jhon Nicolás, José Pablo y Juan Francisco que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellos fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y comprensión para poderlos superar, quiero también dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo LOGRAR.

**Nayibe Julio.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Las autoras expresan sus agradecimientos a la Contadora pública, **MAGDA MILDRETH RODRÍGUEZ CASTILLA**, directora del trabajo de grado por su respaldo, colaboración y asesoría.

A las personas que de una u otra manera colaboraron con la realización de este trabajo de grado.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	17
1 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA.	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3 OBJETIVOS	18
1.3.1 General.	18
1.3.2 Específicos.	18
1.4 JUSTIFICACIÓN	19
1.5 DELIMITACIÓN	20
1.5.1 Conceptual.	20
1.5.2 Operativa.	20
1.5.3 Temporal	20
1.5.4 Geográfica.	20
2 MARCO REFERENCIAL	21
2.1 MARCO HISTÓRICO	21
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional	21
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional	22
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.	22
2.2 MARCO CONCEPTUAL	24
2.2.1 Empresas sin ánimo de lucro	24
2.2.2 Activo Fijo o Permanente	24
2.2.3 Contabilidad	24
2.2.4 Fines de la contabilidad	24
2.2.5 Normas contables.	25
2.2.6 Estados financieros.	25
2.2.7 Características de la información contable	26
2.2.8 Objetivos de la contabilidad.	26
2.2.9 Partes del ciclo contable.	26
2.2.10 Libros de contabilidad.	27
2.2.11 Responsabilidad Social Empresarial.	27
2.2.12 Responsabilidad Social Corporativa	28
2.2.13 Ventajas de la responsabilidad social para la empresa	28
2.2.14 Empresa.	28
2.2.15 Matriz DOFA	29

2.2.16 Estructura organizacional.	29
2.2.17 Estructura administrativa.	29
2.3 MARCO TEÓRICO	29
2.4 MARCO LEGAL	31
2.4.1 Constitución Política de Colombia.	31
2.4.2 Código del Comercio Colombiano.	32
2.4.3 Ley 70 de 2010.	32
2.4.4 Ley 50/2002.	35
2.4.5 Ley 79 de 1988.	38
2.4.6 Decreto 2150 de 1995.	40
2.4.7 Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales.	42
3 DISEÑO METODOLÓGICO	44
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	44
3.2 POBLACIÓN	44
3.3 MUESTRA	44
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	44
3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	44
3.6 ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	44
3.6.1 Actividades de fundamentación conceptual. Revisión de la literatura	44
3.6.2 Actividades de fundamentación diagnóstica.	44
3.6.3 Actividades operativas.	45
4 PRESENTACION DE RESULTADOS	46
4.1 ENCUESTA APLICADA A LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO.	46
4.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social.	56
4.1.2 Realizar un diagnóstico situacional real de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA	61
4.2 DETERMINAR EL IMPACTO POSITIVO QUE GENERA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO, CONTRIBUYENDO A LA SOSTENIBILIDAD DE LA MISMA.	62
4.3 PROPONER UN MODELO DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y FINANCIEROS, CON EL FIN DE QUE SE EMPIECEN A APLICAR Y ASÍ MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DEL SECTOR SOLIDARIO.	65
4.4 ESTABLECER POR QUE EN LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO NO SE REFLEJA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.	75

4.5 ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA	80
5. CONCLUSIONES	81
6. RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	83
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	85
ANEXOS	86

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Nociones sobre la responsabilidad social empresarial	46
Cuadro 2. Proyecciones económicas de la empresa	47
Cuadro 3. Retos sociales y económicos	48
Cuadro 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento	49
Cuadro 5. Necesidad de las estrategias diseñadas.	50
Cuadro 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad,	51
Cuadro 7. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa	52
Cuadro 8. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.	53
Cuadro 9. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.	54
Cuadro 10. Importancia de la responsabilidad social.	55
Cuadro 11. Matriz DOFA	59
Cuadro 12. Matriz DOFA real.	61
Cuadro 13. Proceso de representación social.	66
Cuadro 14. Elaboración de informes detallados	67
Cuadro 15. Procedimiento para la información contable y financiera	68
Cuadro 16. Interpretación de los estados financieros	69
Cuadro 17. Nómina	70
Cuadro 18. Registro de ingresos	71
Cuadro 19. Conciliación bancaria	72
Cuadro 20. Manejo de activos	73
Cuadro 21. Modelo de balance de responsabilidad social	78
Cuadro 22. Plan de acción	80

## LISTA DE GRÁFICAS

	<b>Pág.</b>
Grafica 1. Nociones sobre la responsabilidad social empresarial	46
Grafica 2. Proyecciones económicas de la empresa	47
Grafica 3. Retos sociales y económicos	48
Grafica 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento	49
Grafica 5. Necesidad de las estrategias diseñadas.	50
Grafica 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad	51
Grafica 7. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa	52
Grafica 8. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.	53
Grafica 9. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.	54
Grafica 10. Importancia de la responsabilidad social.	55

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Encuesta dirigida a los representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro.	87

## RESUMEN

Hoy en día 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 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. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

Para esta investigación se tuvo en cuenta un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social, se determinó el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma, proponiendo un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa del sector solidario.

Se establecieron los estados financieros de las empresas del sector solidario no se refleja la responsabilidad social y se elaboró un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de las empresas del sector solidario en el área contable y financiera.

Para lograr lo anterior se tuvo en cuenta la investigación descriptiva, utilizando una población de 69 empresas sin ánimo de lucro y legalmente constituidas en la Cámara de Comercio, de otra parte se debe decir que se utilizó como instrumento de recolección de la información la encuesta.

Con lo cual se puede concluir que las empresas que tienen por política la responsabilidad social poseen importantes fortalezas y oportunidades, lo cual la hace ser fuerte, aunque no se puede desconocer que también poseen debilidades y amenazas las cuales se deben contrarrestar con estrategias que ayuden a superar dichas dificultades.

La manera de abordar este desafío es, en primer lugar, conociendo a fondo todos los aspectos que rodean al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, punto no menor si se trata de elaborar una estrategia de desarrollo consistente que permita a las empresas abordar de manera efectiva las distintas áreas del concepto, teniendo en cuenta lo anterior se puede determinar que el sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de economía regional.

## INTRODUCCIÓN

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Es importante reconocer que existen públicos o actores con los que toda empresa se interrelaciona. A estos, se les llama “públicos interesados”. Los públicos interesados son todas aquellas personas a quienes el negocio afecta y se ven impactados por la empresa de manera negativa o positiva.

Para el desarrollo del trabajo de grado se tuvo en cuenta la realización de un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, se determinó el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector solidario, se propuso un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa del sector solidario, estableciendo por que en los estados financieros de las empresas del sector solidario no se refleja la responsabilidad social y por último se diseñó un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de las empresas del sector solidario en el área contable y financiera. Lo anterior permitió determinar una conclusiones y recomendaciones del trabajo.

En cuanto a la metodología utilizada se puede decir que se manejó la investigación descriptiva, aplicando a los 69 representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro una encuesta elaborada con un cuestionario de preguntas cerradas, siendo los resultados de esta expuesta de forma cuantitativa y cualitativamente.

Por último se debe decir que las empresas que tienen por política la responsabilidad social poseen importantes fortalezas y oportunidades, lo cual la hace ser fuerte, aunque no se puede desconocer que también poseen debilidades y amenazas las cuales se deben contrarrestar con estrategias que ayuden a superar dichas dificultades.

# **1 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA.**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Hoy en día, la economía global ha hecho que las acciones sociales se conviertan en una herramienta estratégica de negocio. La razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciben la idea de generar valor social y económico.

La responsabilidad social empresarial no es nada nuevo. Sin embargo, durante los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más consientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales. De otra parte el concepto de responsabilidad social para los empresarios es un tema que se ha centrado más en asuntos de tipo contable, financiero y producción más limpia, que, sin lugar a duda, es uno de los frentes de gran atención por la importancia que ello reviste para la empresa y la misma humanidad, pero no debe ser el único. Aspectos como la educación, salud, vivienda, infraestructura productiva y social y la alimentación son muy poco atractivos por quienes se interesan por los temas de responsabilidad social empresarial.

Frente a todo lo anterior es preciso resaltar las debilidades que ha venido presentando en las empresas sin ánimo de lucro en la ciudad de Ocaña, esto debido a que no dispone de un programa de responsabilidad social en el área contable y financiera que le permita el desarrollo y el crecimiento de la empresa y a su vez una adecuada toma de decisiones las cual mejoraría los ingresos y el servicio a la comunidad. Por tal razón se hace necesario mencionar que esta situación por la que atraviesan las empresas trae grandes perjuicios y a su vez para la comunidad, ya que no se cuenta con el programa de responsabilidad social adecuado a las necesidades de las organizaciones y esto redundando en poco desarrollo y crecimiento económico de su entorno social.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Se necesita un análisis de responsabilidad social empresarial para las empresas sin ánimo de lucro en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, con el fin de analizar la competitividad?

## **1.3 OBJETIVOS**

**1.3.1 General.** Realizar un análisis de la responsabilidad social en las empresas sin ánimo de lucro de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

**1.3.2 Específicos.** Realizar un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social.

Determinar el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma.

Proponer un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa del sector solidario.

Establecer por que en los estados financieros de las empresas del sector solidario no se refleja la responsabilidad social.

Elaborar un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de las empresas del sector solidario en el área contable y financiera.

#### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Lo primero que debe tener en cuenta una empresa o institución es que la RSE no es un gasto, sino una inversión y proporciona los siguientes beneficios: Disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir la posibilidad de conflictos con la población, mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud, lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa, mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, al considerar sus necesidades, mejora el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno, brinda una imagen de responsabilidad en la empresa.

La responsabilidad social empresarial debe ser entendida desde varios aspectos. En primer lugar, permite que las empresas desarrollen una visión integral del futuro que incluya la comunidad donde actúa y la sociedad en general. En segundo lugar, implica nuevas formas de organización con mecanismos reales de eficiencia y productividad para sus trabajadores, todo lo cual redundará en ganancias y utilidades presentes y futuras. En tercer lugar, implica que su proyección interna y externa promueva la participación activa de sus trabajadores en las actividades que desarrolla la sociedad.

Hoy en día 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 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. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

La responsabilidad social es muy importante en el éxito de los negocios a largo plazo y actuales que la responsabilidad social empresarial, (RSE) se ha convertido en un proceso ampliamente reconocido para los negocios en del siglo 21. Los empresarios señalan que la responsabilidad social empresarial es una evolución de la ética empresarial ya que involucra balancear las expectativas sociales de todos. De esta manera, se evidencia la

necesidad de analizar la responsabilidad social empresarial en el sector solidario con el fin de contribuir a mejorar el servicio, crecimiento y desarrollo de las empresas sin ánimo de lucro.

## **1.5 DELIMITACIÓN**

**1.5.1 Conceptual.** La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Empresas sin ánimo de lucro, activo fijo o permanente, contabilidad, fines de la contabilidad, normas contables, estados financieros, características de la información contable, objetivos de la contabilidad, partes del ciclo contable, libros de contabilidad, responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, ventajas de la responsabilidad social para la empresa, empresa, matriz DOFA, estructura organizacional, estados financieros y estructura administrativa

**1.5.2 Operativa.** Las dificultades que se pueden presentar en la realización de este trabajo de grado, consisten en la localización de las personas ha encuestar, de ocurrir algún cambio será informado a la directora y en su defecto el Comité Curricular.

**1.5.3 Temporal.** Para la realización del trabajo de grado se estipula un tiempo de ocho (8) semanas, contados desde el momento de aprobación del anteproyecto.

**1.5.4 Geográfica.** La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

## 2 MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTÓRICO

**2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional.**<sup>1</sup> El concepto de Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa (RSE o RSC respectivamente), surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60. Contrario a que lo se piensa comúnmente, la Responsabilidad Social Empresarial va más allá de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. Se la considera como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas y en los procesos de toma de decisiones, y que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes", relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. "Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil.

Muchas empresas del mundo reconocen hoy los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Igualmente, existen estudios empíricos que demuestran los impactos positivos de la RSE en aspectos como el desempeño financiero, los costos operativos, la imagen de marca y la reputación de las empresas. Sin embargo, la incorporación de políticas y prácticas de RSE en Latinoamérica, es aún incipiente y la mayor parte del interés se presenta en las grandes empresas. No obstante, existe una creciente presión sobre las empresas de la región para que incorporen los conceptos de RSE, no sólo con el fin de competir eficientemente, sino incluso, de garantizar acceso a los mercados internacionales, donde gobiernos y consumidores exigen cada vez más este tipo de prácticas.

---

<sup>1</sup> ARAUJO IBARRA, Consultores de negocios internacionales. Integración de la responsabilidad social empresarial como mecanismo de adaptación a las nuevas exigencias del mercado. 2009 cited 03 nov. 2009. Bogotá, Colombia

**2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional.**<sup>2</sup> Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE), las compañías que más han aportado a este hecho son las del Estado, 20%; de servicios públicos, 12%, y de papel y cartón, 11%.

Así lo piensan los colombianos porque, a su juicio, generan empleo, promueven la educación, apoyan a las poblaciones vulnerables, protegen el medio ambiente y promueven el bienestar de la comunidad, explica Javier Torres, directivo del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, que llevó a cabo el sondeo.

Estos son apenas unos ejemplos de una de las áreas más sensibles de la población colombiana, sin olvidar que el tema de la niñez y del medio ambiente están en la agenda como dos grandes planes que deben seguir generando parte de las empresas más inclusión en todos los sentidos.

Eso, y que cada vez más empresas busquen asesoría y que otras creen sus propios proyectos son una muestra de que la bola de nieve de los años 60 ya nadie la detiene. La RSE llegó para quedarse para siempre.

Hacia dónde apunta la RSE. Las agendas empresariales y los departamentos de gestión social o de comunicaciones analizan, en primer lugar, su objeto comercial o el servicio que prestan, para decidir si a partir de ello, pueden generar programas o planes sociales que les sirvan como 'caballito de Batalla' de su función de responsabilidad con la comunidad.

Igualmente, de ese análisis se desprenden otras consideraciones que pueden enfocar acciones hacia ámbitos de índole educativa, de fomento y prevención en salud, nutrición, buenas prácticas, medio ambiente, cultura, recreación, empresa y crecimiento profesional y tecnológico.

Así las cosas, podríamos contemplar una serie de categorías en materia de Responsabilidad Social Empresarial, las cuales responden a lineamientos claros en tres vertientes primordiales: la humana, de formación y desarrollo y la de conservación del medio ambiente.<sup>3</sup>

**2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.** Teniendo en cuenta la investigación se encontró que la responsabilidad social empresarial, hace referencia a la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con que se relaciona. De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se

---

<sup>2</sup> PORTAFOLIO.COM. Empresas del país han contribuido en mejoramiento de la sociedad, en últimos 30 años, señala el CCRE. online., 2009 cited 02 nov. 2009. Bogotá, Colombia.

<sup>3</sup> [http://www.portafolio.com.co/rsocial\\_portafolio/](http://www.portafolio.com.co/rsocial_portafolio/)

orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial.<sup>4</sup>

El presente es el informe final del trabajo de grado diagnóstico para determinar la responsabilidad social, desde la gerencia de la empresa Cootransurbanos Ltda. De Ocaña; en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como son: determinar la responsabilidad social desde la gerencia de la empresa Cootransurbanos a través del análisis de los procesos de selección, contratación, capacitación y desarrollo; identificar y analizar las prácticas de rs ejecutadas por la gerencia de la empresa Cootransurbanos.<sup>5</sup>

La responsabilidad social se concibe como una filosófica empresarial, donde toda la organización debe pensar, actuar y ser socialmente responsable como una forma de mejorar, fortalecer o promover su imagen corporativa y reputación, por lo que sus esfuerzos van encaminados a comunicar a lo externo lo que hacen en este tema tan importante e indispensable. teniendo en cuenta lo escrito en el párrafo anterior sobre el tema de RSE, decidimos realizar una investigación en conjunto, la UFPSO.<sup>6</sup>

El diagnóstico para determinar la responsabilidad social de la cooperativa única de transportadores de servicio urbano de Ocaña, Cootransurbanos Ltda., enfocado a trabajadores directos e indirectos y competencia; inicia desde la fijación del planteamiento del problema, seguidamente de objetivos, justificación y delimitaciones, continuamente de un marco referencia en el que se estipulo el marco histórico, donde se da a conocer detalladamente los antecedentes de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial, nacional y local.<sup>7</sup>

La presente investigación tiene por objeto realizar un diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del canal comunitario TV san Jorge, de la ciudad de Ocaña, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron: establecer las acciones de responsabilidad social, implementadas por el canal comunitario TV san Jorge, mediante un diagnóstico situacional; determinar la estructura organizacional del canal

---

<sup>4</sup> CONTRERAS NAVARRO, OMAIRA TORCOROMA - GALVIS MENESES, EDER LEONARDO. Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la cooperativa de ahorro y crédito ¿Crediservir¿ oficina Ocaña, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2011.

<sup>5</sup> PINZON NAVAS, MAYULY. Diagnóstico para determinar la responsabilidad social, desde la gerencia de la empresa Cootransurbanos Ltda. de Ocaña. Universidad Francisco de Paula Santander. 2013

<sup>6</sup> MAYA LOPEZ, ANDRES FABIAN - GUERRERO DURAN, GUIDO ALFONSO, DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DIRIGIDO A LA GERENCIA, CLIENTES Y TRABAJADORES DE COOTRANSUNIDOS LTDA OCAÑA. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2011

<sup>7</sup> RIZO SANGUINO, CRISTIAN LEONARDO - AREVALO CARVAJAL, CAROLINA. Diagnóstico para determinar la responsabilidad social de la cooperativa única de transportadores de servicio urbano de Ocaña, cootransurbanos Ltda., enfocado a trabajadores directos e indirectos y competencia. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2013.

comunitario TV san Jorge, para conocer su misión, visión, objetivos, principios, valores, organigrama y manual de funciones y procedimientos.<sup>8</sup>

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

**2.2.1 Empresas sin ánimo de lucro.** Las organizaciones sin ánimo o fines de lucro, suelen ser organizaciones no gubernamentales (ONG), particularmente cuando su ámbito de actuación excede las fronteras de un determinado país. La denominación organización sin ánimo de lucro (en inglés, nonprofit organization o not-for-profit organization) suele utilizarse en países de influencia anglosajona, (Reino Unido, Estados Unidos, Australia).

Este tipo de organizaciones básicamente trabaja para el progreso, desarrollo o bien común de la sociedad, con enfoque en ciertos colectivos o personas con necesidades especiales o generalmente vulnerables, como pueden ser los niños, los ancianos, los grupos delincuenciales o problemáticos, la juventud sin acceso a la educación o al trabajo, y/o la orientación se dirige a cubrir otros aspectos de la sociedad en que se puedan llegar a tener efectos positivos de algún tipo (por ejemplo ecología, medio ambiente, especies en peligro de extinción, adelantos de la ciencia, mejoramiento de la educación, etc). La conformación organizacional de una fundación puede llegar a ser muy similar a la de una empresa comercial, y aunque puede llegar a ser administrada por personas asalariadas, en muchos casos existen programas de voluntariado para apoyar los fines sociales con tiempo y/o dinero. En líneas generales y de una u otra forma, el voluntariado suele estar asociado con este tipo de instituciones que no persiguen lucro.<sup>9</sup>

**2.2.2 Activo Fijo o Permanente.** Es un activo tangible de naturaleza relativamente permanente que normalmente no está disponible para la venta. Generalmente incluye las propiedades, plantas, equipos y recursos naturales. Los Activos se dividen en dos grandes grupos: los sujetos a depreciación (edificio, maquinarias, herramientas y equipos); y los no sujetos a depreciación como los terrenos.).

**2.2.3 Contabilidad.** Es el nombre genérico de todas las anotaciones, cálculos y estados numéricos que se llevan a cabo en una empresa con objeto de proporcionar una imagen numérica una base de cifras y una justificación en cifras para orientar las actuaciones de gerencia.

**2.2.4 Fines de la contabilidad.** Los propósitos fundamentales de la contabilidad son los siguientes:<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> AVENDAÑO PRADO, NELCY - GUERRERO GUERRERO, ELIZET. Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del canal comunitario TV san Jorge, de la ciudad de Ocaña. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2014

<sup>9</sup> CASSANO Daniel, Las Fundaciones Comunitarias y el financiamiento solidario de las organizaciones sociales y sus proyectos: Una mirada desde el sur, Fundación SES, Buenos Aires, 2008. P 32

<sup>10</sup> MUJERES DE EMPRESA. Glosario de términos contables. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2009. s.n. s.l. Febrero de 2009. Febrero de 2009. [Citado el 15 de Diciembre de 2012]. Disponible en Internet En: <<http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/090305-glosario-contabilidad.asp>> p. 1 de 15.

Establecer un control riguroso sobre cada uno de los recursos y las obligaciones del negocio.

Registrar, en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la empresa durante el ejercicio fiscal.

Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera que guarda el negocio.

Prever con bastante anticipación el futuro de la empresa.

Servir como comprobante y fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a lo establecido por la ley.

**2.2.5 Normas contables.** El funcionamiento de la contabilidad es regulado por las normas contables, que debido a diferencias de carácter fiscal, cultural, económicas y políticas, pueden ser muy diferentes en cada país, lo que dificulta la comparabilidad de la información publicada por las empresas en distintos países. Estas normas pueden ser aprobadas de forma legal o pueden estar reguladas por entidades privadas de carácter profesional. Su contenido incluye los principios, reglas y prácticas necesarias para preparar los estados financieros.

**2.2.6 Estados financieros.** Son informes anuales que muestran de forma sintetizada, los datos fundamentales del proceso contable de un ejercicio, su formulación se realiza una vez al año, después de la terminación del ejercicio económico. Los documentos que los componen deben ser claros y expresar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa a la que se refieren.

Aunque cada país regula el contenido obligatorio de los estados financieros, suele estar formado por los siguientes elementos:<sup>11</sup>

El balance (también denominado Estado de situación patrimonial). El balance plasma el patrimonio de la empresa en una determinada fecha.

El Estado de resultados (también denominado cuenta de Pérdidas y ganancias) la cuenta de «Pérdidas y ganancias» expresa una descomposición de los beneficios o pérdidas de la empresa durante un ejercicio económico.

El estado de cambios en el patrimonio neto (estado de evolución del patrimonio neto), que suministra información sobre la cuantía del patrimonio neto.

El estado de flujo de efectivo.

---

<sup>11</sup> CATÁCORA, F. Sistemas y Procedimientos Contables. Primera Edición. Editorial McGraw/Hill. Caracas Venezuela. 1996. p 15

La memoria (También denominada información complementaria o notas). La memoria amplía y detalla la información contenida en los documentos anteriores.

**2.2.7 Características de la información contable.** Las tres principales características de la información contable son: utilidad, confiabilidad y provisionalidad.

De acuerdo con la primera característica, la información contable debe ser útil a todos sus usuarios, los cuales ciertamente son muy variados, de modo que cada uno de ellos puede tener particulares necesidades informativas. A fin de satisfacer esa variedad de interés la contabilidad está estructurada bajo un método que permite suministrar información mediante estados financieros principales, estados financieros secundarios o complementarios y reportes analíticos de uno o más elementos de dichos estados. De ellos, algunos son útiles prácticamente para cualquier usuario; el resto se presenta en los casos que específicamente lo requieren.

Para que la información sea útil debe satisfacer dos condiciones: que sea significativa, es decir que se refiera a los hechos financieros pertinentes y los mismos estén presentados en forma tal que se facilite su análisis e interpretación; que sea oportuna, es decir que se disponga de ella en el momento justo para orientar eficazmente las decisiones de los usuarios. La segunda característica -confiabilidad-, se integra con los elementos que dan al usuario el convencimiento de que se puede basar en los estados contables para formarse el juicio que requiere acercarse de la entidad sobre la cual se le informa. La teoría de la contabilidad y el método para procesarla, contienen dichos elementos.

**2.2.8 Objetivos de la contabilidad.** Obtener en cualquier momento una información ordenada y sistemática sobre el desenvolvimiento económico y financiero de la empresa.

Establecer en términos monetarios, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que posee la empresa.

Llevar un control de todos los ingresos y egresos.

Facilitar la planeación, ya que no solamente da a conocer los efectos de una operación mercantil, sino que permite prever situaciones futuras.

Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo contable.

Servir de fuente fidedigna de información ante terceros.<sup>12</sup>

**2.2.9 Partes del ciclo contable.** Consta de las siguientes partes:

---

<sup>12</sup> FEDERACIÓN COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE VENEZUELA. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Venezuela. Editorial Mc Graw Hill, 1994. p 7

Apertura. Al constituirse la empresa, se inicia el proceso contable con los aportes del diseño o socios registrados en el inventario general inicial. Con el inventario general inicial se elaboran el balance general inicial y el comprobante diario de contabilidad, denominado comprobante de apertura que sirve para abrir libros principales y auxiliares.

Movimiento. Las transacciones comerciales que diariamente realiza una empresa deben estar respaldadas por un soporte que permite su registro en el comprobante diario y traslado a los libros principales y auxiliares de contabilidad.

El registro del movimiento operativo de la empresa, de acuerdo con sus necesidades, se puede realizar en forma diaria, semanal, quincenal o mensual, en comprobante diario y libros. Al final se elabora el balance de prueba, y Cierre. En esta etapa se elabora lo siguiente.

Asiento de ajuste. Registrado en el comprobante diario de contabilidad, denominado comprobante de ajustes, el cual se traslada a los libros principales y auxiliares.

Hoja de trabajo. Se realiza opcionalmente cada mes y sirve de base para preparar los estados financieros: balance general y estado de ganancias y pérdidas.

Comprobante de cierre. Se elabora anualmente para cancelar las cuentas nominales de resultado y se traslada a los libros principales y auxiliares.

El inventario general final y el balance general consolidado, elaborados en la etapa de cierre, constituyen el inventario general inicial y el balance general inicial para comenzar un nuevo ciclo contable.

**2.2.10 Libros de contabilidad.** Las características básicas de los Libros de contabilidad deben remitirse, en principio, a una fecha de registro, una descripción del registro y unas columnas donde se registra el valor de acuerdo al concepto, ya sea entrada o salida (debe o haber). La tecnología actual agiliza el manejo de los libros contables, pues elimina el uso del registro manual, pero esto no quiere decir que pierda sus características enunciadas anteriormente.<sup>13</sup>

**2.2.11 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 RSE 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 empresas.

---

<sup>13</sup> MIRA, Juan Carlos. El control fiscal en Colombia, Bogotá, Universidad Pontificia Javeriana, 2001, p 162 [En línea]. [Citado el 29 Octubre de 2012]. Disponible en internet <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis03.pdf>>

**2.2.12 Responsabilidad Social Corporativa.** Es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general.

**2.2.13 Ventajas de la responsabilidad social para la empresa.** 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.<sup>14</sup>

"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".

**2.2.14 Empresa.** Es 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,

---

<sup>14</sup> CORREA. María Emilia (2004). Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.

**2.2.15 Matriz DOFA.**<sup>15</sup> El Análisis DAFO, también conocido como Matriz ó Análisis "DOFA" o también llamado en algunos países "FODA", o en inglés SWOT, es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

**2.2.16 Estructura organizacional.** Se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz.

**2.2.17 Estructura administrativa.** Es un esquema formal que representa las relaciones, las comunicaciones, los procesos de decisión y los procedimientos que articulan a un conjunto de personas, unidades, factores materiales y funciones, que están orientados a la consecución de unos objetivos determinados.<sup>16</sup>

En realidad, la estructura administrativa de una organización refleja un propósito doble. En primer lugar, se realiza una división del trabajo, es decir, de las diferentes actividades que se han de llevar a cabo para conseguir los fines propuestos por la organización. En segundo lugar, se concreta la coordinación de esas mismas actividades.

## 2.3 MARCO TEÓRICO

**Teoría financiera de la empresa.** Proporciona las herramientas tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa, como así también reconocer situaciones que antes eran irrelevantes y pueden traer aparejado consecuencias graves, en una época de cambios constantes en el mundo.

Decisiones de inversión: implican planificar el destino de los ingresos netos de la empresa – flujos netos de fondos- a fin de generar utilidades futuras;

Decisiones de financiación: persiguen encontrar la forma menos onerosa de obtener el dinero necesario, tanto para iniciar un proyecto de inversión, como para afrontar una dificultad coyuntural; Decisiones de distribución de utilidades: tienden a repartir los

---

<sup>15</sup> DAVID, Fred R. Conceptos de administración estratégica. 5 ed. Bogotá. Pearson educación 1997. P 38.

<sup>16</sup> RAMÍREZ ACOSTA, José Ignacio. Administración de las empresas colombianas. Bogotá. Talleres S.A., 2001. P.28

beneficios en una proporción tal que origine un beneficio importante para los propietarios de la empresa, y a la vez, la valoración de la misma.

Una combinación óptima de las tres decisiones genera el mayor valor de la empresa para sus dueños.

**Teoría de toma de decisiones.** La toma de decisión es un proceso durante el cual la persona debe escoger entre dos o más alternativas. Todas las personas pasan los días y las horas de la vida teniendo que tomar decisiones. Algunas decisiones tienen una importancia relativa en el desarrollo de la vida, mientras otras son gravitantes en ella.

**Teoría de carácter político.** Enfatizan el poder social que adquiere la compañía en la medida que se ve inserta en una sociedad. Explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participa. La empresa se ve presionada por la sociedad a participar activamente en lo social.<sup>17</sup>

**Teoría sobre ética y moral en el negocio.** Estudian el desarrollo de actividades de la empresa en cumplimiento a los derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de la fuerza de trabajo, el respeto por el medio ambiente, la preocupación por un desarrollo sustentable.

**Teoría de Stakeholders.** En el ámbito de la RS, Hellriegel, Jackson y Slocum (2005), plantean que las consideraciones financieras de la empresa y accionistas siempre deben ser prioritarias, aunque entienden que el éxito a largo plazo requiere atender las preocupaciones y demandas de distintos grupos de personas. De ahí que el origen de los stakeholders, se remonta al de shareholders, donde el imperativo de la gestión empresarial tradicional consistía solamente en validar los resultados económicos por parte de los accionistas como únicos interesados en las organizaciones; sin embargo, actualmente existen otros grupos de interés tales como: clientes, proveedores, gobierno, grupos influyentes, colaboradores, empleados, entre otros, que tienen la expectativa de la rendición de cuentas por parte de las organizaciones y empresas.<sup>18</sup>

**Teoría de Donaldson y Preston.** La teoría de Donaldson y Preston (1995), centra su análisis en el directivo de la organización y proponen identificar y actuar sobre los distintos Stakeholders y sus demandas, proponen que debe ser el directivo quien defina la prioridad asignada a cada grupo de stakeholders, teniendo en cuenta el grado de dependencia de la organización con cada grupo de stakeholder. En este mismo sentido, Mitchell et al (1997), propone relaciones más dinámicas entre la organización y sus stakeholders, en donde los directivos tienen la facultad de no actuar de igual manera con todos ellos. Este modelo permite relacionar el objetivo de la organización con las demandas de los tipos de

---

<sup>17</sup> FERNÁNDEZ L., Liliana E. y Barbei, Alejandro A. (2006). La Medición en Contabilidad: Un Análisis de sus Elementos y Limitaciones. Actualidad Contable FACES año 9 núm. 12, pp 75-84.

<sup>18</sup> HERRERA, Alvarado, Alejandro, Schlesinger, Díaz María Walecka (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. Revista estudios gerenciales Vol. 24 No. 108 julio-septiembre pp 37-59.

stakeholders que adquieren mayor importancia para la empresa, en función del poder de influencia, la legitimidad y urgencia de la demanda de los stakeholders.

**Teoría de instrumental.** En la teoría instrumental las tecnologías son herramientas listas para servir a los propósitos de los usuarios. La tecnología es considerada neutral porque se valora exclusivamente en términos de eficiencia, en términos de su uso y aplicación. Esto quiere decir, que la tecnología, es decir la técnica es indiferente a la variedad de fines para los que puede ser utilizada, fuera del sentido primario de herramienta de uso, útil para ejecutar una acción y esperar un resultado determinado.

Las tendencias instrumentalistas “tecnófilas” ven al desarrollo tecnológico como el proceso lógico de la evolución, se equipara casi automáticamente con la idea de progreso. El cual es el devenir de la tecnología, pues se asocia de manera natural con la mejora continua, con la eficiencia de los artefactos. La lógica tecnológica es producir un artefacto más eficiente que sus predecesores en una escalada sin fin. La tecnología se interpreta como un factor puramente técnico, objetivo, indiscutible y al margen de cualquier consideración no ingenieril. Para la teoría instrumental queda muy claro el concepto de “universalidad tecnológica”, ya que el parámetro para medir la eficiencia y la productividad siempre es el mismo, entonces pueden ser aplicados en diferentes circunstancias y contextos.

De esta concepción se desprende la idea de que la tecnología aumenta la productividad en diferentes países, en diversas áreas y en escenarios similares a los originales. Y entonces la transferencia tecnológica se administra de manera similar a las diferentes civilizaciones sin considerar la adaptabilidad de la técnica a otras culturas ya que las normas de eficiencia serán equivalentes en cualquier contexto.<sup>19</sup>

**Teoría integradoras.** La teoría integradora propuesta por David P. Farrington, viene inspirado en encontrar una explicación de la delincuencia, integrando los aspectos más relevantes de cinco (5) grandes teorías: la teoría de las subculturas de COHEN, la teoría de la desigualdad de oportunidad de CLOWARD y OHLIN, la teoría del aprendizaje social de TRASLER, la teoría del control de HIRSCHI, y la teoría de la asociación diferencial de SUTHERLAND y CRESSEY.

## 2.4 MARCO LEGAL

**2.4.1 Constitución Política de Colombia.** Artículo 49. La atención en salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

Corresponde al estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de los servicios de la salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También establece las políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas, y ejercer su vigilancia y control. A sí mismo, establecer las

---

<sup>19</sup> *Ibíd.* p 60

competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares, y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley.

Los servicios de salud se organizarán en forma descentralizada, por niveles de atención y con participación de la comunidad.

La ley señalará los términos en los cuales la atención básica para todos los habitantes será gratuita y obligatoria.

Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.

Artículo 209. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del estado. La administración pública, en todas sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley.

**2.4.2 Código del Comercio Colombiano.** Artículo 100. Sociedad Comercial y Ámbito de la aplicación de esta Ley. Se tendrá como Comerciales para todos los efectos legales las sociedades que se formen para la ejecución de actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial, las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles. Sin embargo cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil.

**2.4.3 Ley 70 de 2010.** Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1°. Objeto de la ley. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamientos responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.

Artículo 2°. Campo de aplicación. La presente ley se aplica a todas las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la Ley 590 de 2000. Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3°. Empresas micro y pequeñas. Las micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley, tendrán los siguientes incentivos:

Puntajes adicionales en licitaciones públicas,

Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto,

Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas,

Fomento de Innovación Tecnológica,

Otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno Nacional.

Parágrafo. Las empresas a que se refiere el artículo 2° podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial.

Las empresas a que se refiere el artículo 2° podrán desarrollar planes dentro de su actividad de negocio y programas socialmente responsables beneficiando a la población vulnerable colombiana en especial a la niñez, la familia, la pobreza extrema y el medio ambiente.

Artículo 4°. La interpretación. Las normas contenidas en la presente ley deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo 5°. Informe anual. Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente:

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina.
2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.
3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.
4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial.

Este informe no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal de directivos, trabajadores o accionistas.

Parágrafo transitorio. Plazo de gracia. El 31 de diciembre del año siguiente a la vigencia de la presente ley, las empresas a que se refiere el artículo 2° de esta ley, presentarán un informe provisional del año inmediatamente anterior de manera voluntaria. De allí en adelante, cada año, se presentará para el mes indicado el informe a que se refiere este artículo.

Artículo 6°. Actividad empresarial. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico y financiero en cada una de sus actividades.

La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por estos sobre un proyecto en particular.

Artículo 7°. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE). Será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por:

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado.

El Ministro del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural o su delegado.

El Ministro de la Protección Social o su delegado.

El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.

El Director del Sena.

Dos representantes de universidades del país.

El Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores.

Dos representantes de los gremios de la industria y de la producción.

Tres representantes de las ONG.

El Consejo de Responsabilidad Social Empresarial podrá:

1. Expedir directrices en cumplimiento de la presente ley, directrices que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo.
2. Proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley.
3. Fomentar la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas a que se refiere el artículo 2° de la presente ley.
4. Realizar un plan de acompañamiento para las micro y pequeñas empresas en la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial.
5. Publicar las acciones de las empresas socialmente responsables.
6. Citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias.
7. Divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materias sociales y medioambientales mediante anuncios publicitarios en medios masivos.
8. Hacer auditorías aleatorias a las empresas sujetas a esta ley.
9. Recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley.

Parágrafo 1°. Para garantizar el cumplimiento de los mencionados requisitos, el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial se basará en indicadores de gestión diseñados de modo tal que permitan la objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera de las organizaciones.

Parágrafo 2°. Reglamentación. El Gobierno Nacional contará con un término de seis (6) meses, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para reglamentar la puesta en marcha y funcionamiento del CRSE.

Artículo 8°. El Gobierno Nacional promoverá entre las empresas que se acojan de manera voluntaria al presente proyecto de ley la certificación socialmente responsable, que será un medio de promoción, difusión y calidad sobre la gestión en la materia de cada empresa.

Artículo 9°. Protección del trabajo infantil. El Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio de la Protección Social, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, con el apoyo de la Unicef, las Organizaciones No Gubernamentales y el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE) desarrollarán como parte de su política pública un programa Nacional de Responsabilidad Social Empresarial sin explotación laboral infantil, desarrollando mecanismos que permitan el seguimiento y control del mismo.

Parágrafo. El Gobierno Nacional certificará que las empresas han elaborado sus bienes y servicios sin la explotación de mano de obra infantil mediante la creación de una etiqueta social denominada Libre de Trabajo Infantil.

**2.4.4 Ley 50/2002.** Artículo 2. Las organizaciones constituidas sin ánimo de lucro que, por voluntad de sus creadores tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general<sup>20</sup>.

Artículo 3 Fines y beneficiarios.

1. Las fundaciones deberán perseguir fines de interés general, como pueden ser, entre otros, los de defensa de los derechos humanos, de las víctimas del terrorismo y actos violentos, asistencia social e inclusión social, cívicos, educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, laborales, de fortalecimiento institucional, de cooperación para el desarrollo, de promoción del voluntariado, de promoción de la acción social, de defensa del medio ambiente, y de fomento de la economía social, de promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, sociales o culturales, de promoción de los valores constitucionales y defensa de los principios democráticos, de fomento de la tolerancia, de desarrollo de la sociedad de la información, o de investigación científica y desarrollo tecnológico.

2. La finalidad fundacional debe beneficiar a colectividades genéricas de personas. Tendrán esta consideración los colectivos de trabajadores de una o varias empresas y sus familiares.

3. En ningún caso podrán constituirse fundaciones con la finalidad principal de destinar sus prestaciones al fundador o a los patronos, a sus cónyuges o personas ligadas con análoga relación de afectividad, o a sus parientes hasta el cuarto grado inclusive, así como a personas jurídicas singularizadas que no persigan fines de interés general.

4. No se incluyen en el apartado anterior las fundaciones cuya finalidad exclusiva o principal sea la conservación y restauración de bienes del patrimonio histórico español, siempre que cumplan las exigencias de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes.

---

<sup>20</sup> AZNAR LÓPEZ, José María. Ley 50 de 2002. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2006. s.n. s.l. 12 de abril de 2006. 12 de abril de 2006. [Citado el 12 de Diciembre de 2012]. s.n. Disponible en Internet En: <[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/150-2002.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/150-2002.html)> p. 1 de 5.

#### Artículo 4 Personalidad jurídica

1. Las fundaciones tendrán personalidad jurídica desde la inscripción de la escritura pública de su constitución en el correspondiente Registro de Fundaciones.

La inscripción sólo podrá ser denegada cuando dicha escritura no se ajuste a las prescripciones de la ley.

2. Sólo las entidades inscritas en el Registro al que se refiere el apartado anterior, podrán utilizar la denominación de «Fundación».

#### Artículo 5 Denominación

1. La denominación de las fundaciones se ajustará a las siguientes reglas:

a) Deberá figurar la palabra «Fundación», y no podrá coincidir o asemejarse de manera que pueda crear confusión con ninguna otra previamente inscrita en los Registros de Fundaciones.

b) No podrán incluirse términos o expresiones que resulten contrarios a las leyes o que puedan vulnerar los derechos fundamentales de las personas.

c) No podrá formarse exclusivamente con el nombre de España, de las Comunidades Autónomas o de las Entidades Locales, ni utilizar el nombre de organismos oficiales o públicos, tanto nacionales como internacionales, salvo que se trate del propio de las entidades fundadoras.

d) La utilización del nombre o seudónimo de una persona física o de la denominación o acrónimo de una persona jurídica distintos del fundador deberá contar con su consentimiento expreso, o, en caso de ser incapaz, con el de su representante legal.

e) No podrán adoptarse denominaciones que hagan referencia a actividades que no se correspondan con los fines fundacionales, o induzcan a error o confusión respecto de la naturaleza o actividad de la fundación.

f) Se observarán las prohibiciones y reservas de denominación previstas en la legislación vigente.

2. No se admitirá ninguna denominación que incumpla cualquiera de las reglas establecidas en el apartado anterior, o conste que coincide o se asemeja con la de una entidad preexistente inscrita en otro Registro público, o con una denominación protegida o reservada a otras entidades públicas o privadas por su legislación específica.<sup>21</sup>

#### Artículo 8 Capacidad para fundar

1. Podrán constituir fundaciones las personas físicas y las personas jurídicas, sean éstas públicas o privadas.

2. Las personas físicas requerirán de capacidad para disponer gratuitamente, inter vivos o mortis causa, de los bienes y derechos en que consista la dotación.

3. Las personas jurídicas privadas de índole asociativa requerirán el acuerdo expreso del órgano competente para disponer gratuitamente de sus bienes, con arreglo a sus Estatutos o a la legislación que les resulte aplicable. Las de índole institucional deberán contar con el acuerdo de su órgano rector.

4. Las personas jurídico-públicas tendrán capacidad para constituir fundaciones, salvo que sus normas reguladoras establezcan lo contrario.

---

<sup>21</sup> *Ibíd.* p 6

#### Artículo 10 Escritura de constitución

La escritura de constitución de una fundación deberá contener, al menos, los siguientes extremos:

- a) El nombre, apellidos, edad y estado civil del fundador o fundadores, si son personas físicas, y su denominación o razón social, si son personas jurídicas, y, en ambos casos, su nacionalidad y domicilio y número de identificación fiscal.
- b) La voluntad de constituir una fundación.
- c) La dotación, su valoración y la forma y realidad de su aportación.
- d) Los Estatutos de la fundación, cuyo contenido se ajustará a las prescripciones del artículo siguiente.
- e) La identificación de las personas que integran el Patronato, así como su aceptación si se efectúa en el momento fundacional.

#### Artículo 11 Estatutos

1. En los Estatutos de la fundación se hará constar:

- a) La denominación de la entidad.
- b) Los fines fundacionales.
- c) El domicilio de la fundación y el ámbito territorial en que haya de desarrollar principalmente sus actividades.
- d) Las reglas básicas para la aplicación de los recursos al cumplimiento de los fines fundacionales y para la determinación de los beneficiarios.
- e) La composición del Patronato, las reglas para la designación y sustitución de sus miembros, las causas de su cese, sus atribuciones y la forma de deliberar y adoptar acuerdos.
- f) Cualesquiera otras disposiciones y condiciones lícitas que el fundador o fundadores tengan a bien establecer.

2. Toda disposición de los Estatutos de la fundación o manifestación de la voluntad del fundador que sea contraria a la Ley se tendrá por no puesta, salvo que afecte a la validez constitutiva de aquélla. En este último caso, no procederá la inscripción de la fundación en el correspondiente Registro de Fundaciones.<sup>22</sup>

#### Artículo 12 Dotación

1. La dotación, que podrá consistir en bienes y derechos de cualquier clase, ha de ser adecuada y suficiente para el cumplimiento de los fines fundacionales. Se presumirá suficiente la dotación cuyo valor económico alcance los 30.000 euros.

Cuando la dotación sea de inferior valor, el fundador deberá justificar su adecuación y suficiencia a los fines fundacionales mediante la presentación del primer programa de actuación, junto con un estudio económico que acredite su viabilidad utilizando exclusivamente dichos recursos.

2. Si la aportación es dineraria, podrá efectuarse en forma sucesiva. En tal caso, el desembolso inicial será, al menos, del 25 por 100, y el resto se deberá hacer efectivo en un plazo no superior a cinco años, contados desde el otorgamiento de la escritura pública de constitución de la fundación.

---

<sup>22</sup> *Ibíd.* p 7

Si la aportación no es dineraria, deberá incorporarse a la escritura de constitución tasación realizada por un experto independiente.

En uno y otro caso, deberá acreditarse o garantizarse la realidad de las aportaciones ante el notario autorizante, en los términos que reglamentariamente se establezcan.

3. Se aceptará como dotación el compromiso de aportaciones de terceros, siempre que dicha obligación conste en títulos de los que llevan aparejada ejecución.

4. Formarán también parte de la dotación los bienes y derechos de contenido patrimonial que durante la existencia de la fundación se aporten en tal concepto por el fundador o por terceras personas, o que se afecten por el Patronato, con carácter permanente, a los fines fundacionales.

5. En ningún caso se considerará dotación el mero propósito de recaudar donativos.

#### Artículo 13 Fundación en proceso de formación

1. Otorgada la escritura fundacional, y en tanto se procede a la inscripción en el correspondiente Registro de Fundaciones, el Patronato de la fundación realizará, además de los actos necesarios para la inscripción, únicamente aquellos otros que resulten indispensables para la conservación de su patrimonio y los que no admitan demora sin perjuicio para la fundación, los cuales se entenderán automáticamente asumidos por ésta cuando obtenga personalidad jurídica.

2. Transcurridos seis meses desde el otorgamiento de la escritura pública fundacional sin que los patronos hubiesen instado la inscripción en el correspondiente Registro de Fundaciones, el Protectorado procederá a cesar a los patronos, quienes responderán solidariamente de las obligaciones contraídas en nombre de la fundación y por los perjuicios que ocasione la falta de inscripción.

Asimismo, el Protectorado procederá a nombrar nuevos patronos, previa autorización judicial, que asumirán la obligación de inscribir la fundación en el correspondiente Registro de Fundaciones.<sup>23</sup>

**2.4.5 Ley 79 de 1988.** Por la cual se actualiza la legislación cooperativa. Artículo 3. Es acuerdo cooperativo el contrato que se celebra por número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominada cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro.<sup>24</sup>

Artículo 5. Toda cooperativa deberá reunir las siguientes características:

1. El ingreso como el retiro de sus asociados sean voluntarios.
2. El número de sus asociados sea variable e ilimitado.
3. Funcione de conformidad con el principio de la participación democrática.
4. Realice de modo permanente actividades de educación cooperativa.
5. Integre económica y socialmente al sector cooperativo.
6. Garantice la igualdad de derechos y obligaciones de sus asociados sin consideración a sus aportes.

---

<sup>23</sup> *Ibíd.* p 8

<sup>24</sup> CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Ley 79 de 1988, Por la cual se actualiza la legislación cooperativa, 1998, p.3.

7. Que su patrimonio sea variable e ilimitado; no obstante, los estatutos establecerán un monto mínimo de aportes sociales no deducibles durante la existencia de la cooperativa.
8. Establezca la irrepertibilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente.
9. Tenga una duración indefinida en los estatutos.
10. Se promueva la integración con otras organizaciones de carácter popular que tengan por fin promover el desarrollo integral del ser humano.

Artículo 10. Las cooperativas presentarán preferencialmente sus servicios al personal asociado. Sin embargo, de acuerdo con sus estatutos podrán extenderlos al público no afiliado, siempre en razón del interés social o del bienestar colectivo. En tales casos, los excedentes que se obtengan serán llevados a un fondo social no susceptible de repartición.

Artículo 12. Las cooperativas acompañarán a su razón social las palabras “COOPERATIVA”, o “COOPERATIVO”, Estas denominaciones solo podrán ser usadas por las entidades reconocidas como tales por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, y en todas sus manifestaciones públicas como avisos, publicaciones y propaganda, deberán presentar el número y fecha de la resolución de reconocimiento de personería jurídica o del registro que en su defecto reglamente el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

Artículo 21. Podrán ser asociados de la cooperativa:

1. Las personas naturales legalmente capaces y los menores de edad que hayan cumplido (14) años. O quienes sin haberlos cumplido, se asocien a través de representante legal.
2. Las personas jurídicas de derecho público.
3. Las personas jurídicas del sector cooperativo y las demás de derecho privado.
4. Las empresas o unidades económicas cuando los propietarios trabajen en ellas y prevalezca el trabajo familiar o asociado.<sup>25</sup>

Artículo 22. La calidad de asociado de una cooperativa se adquiere:

1. Para los fundadores, a partir de la fecha de la asamblea de constitución y para los que ingresen posteriormente a partir de la fecha que sean aceptados por el órgano competente.

Artículo 23. Serán derechos fundamentales de los asociados:

1. Utilizar los servicios de la cooperativa y realizar con ella las operaciones propias de su objeto social.
2. Participar en las actividades de la cooperativa y en su administración, mediante el desempeño de cargos sociales.
3. Ser informados de la gestión de la cooperativa de acuerdo con las prescripciones estatutarias.
4. Ejercer actos de decisión y elección en las asambleas generales.
5. Fiscalizar la gestión de la cooperativa, y
6. Retirarse voluntariamente de la cooperativa.

---

<sup>25</sup> *Ibíd.* p 2

El ejercicio de los derechos estará condicionado al cumplimiento de los deberes.

Artículo 26. La administración de las cooperativas estará a cargo de la asamblea general, el consejo de administración y el gerente.

Artículo 88. Las cooperativas están obligadas a realizar de modo permanente, actividades que tiendan a la formación de sus asociados y trabajadores en los principios, métodos y características del cooperativismo, así como para capacitar a los administradores en la gestión empresarial propia de cada cooperativa.

Las actividades de asistencia técnica, de investigación y de promoción del cooperativismo, hacen parte de la educación cooperativa que establece la presente ley.

Artículo 89. Se podrá dar cumplimiento a la obligación del artículo anterior, mediante la delegación o ejecución de programas conjuntos realizados por organismos cooperativos de segundo grado o por instituciones auxiliares del cooperativismo especializadas en educación cooperativa.<sup>26</sup>

**2.4.6 Decreto 2150 de 1995.** Este decreto dicta las disposiciones especiales de inscripción en Cámaras de comercio de las Entidades Sin ánimo de Lucro<sup>27</sup>:

Artículo 40. Supresión Del Reconocimiento De Personerías Jurídicas. Suprímase el acto de reconocimiento de personaría jurídica de las organizaciones civiles, las corporaciones, las fundaciones, las juntas de acción comunal y de las demás entidades privadas sin ánimo de lucro.

Para la obtención de su personalidad, dichas entidades se constituirán por escritura pública o documento privado reconocido en el cual se expresará, cuando menos, lo siguiente:

El nombre, identificación y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.  
El nombre.

La clase de persona jurídica.

El objeto.

El patrimonio y la forma de hacer los aportes.

La forma de administración con indicación de las atribuciones y facultades de quien tenga a su cargo la administración y representación legal.

---

<sup>26</sup> *Ibíd.* p 2

<sup>27</sup> NACIÓN VISIBLE. Aspectos jurídicos de una fundación. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2005. s.n. s.l. 12 de abril de 2005. 12 de abril de 2005. [Citado el 12 de Diciembre de 2012]. s.n. Disponible en Internet En: <<http://www.nacionvisible.org/esal-01.htm>> p. 1 de 15.

La periodicidad de las reuniones ordinarias y los casos en los cuales habrá de convocarse a reuniones extraordinarias.

La duración precisa de la entidad y las causales de disolución.

La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la Corporación o Fundación.

Las facultades y obligaciones del Revisor Fiscal, si es del caso.

Nombre e identificación de los administradores y representantes legales.

Artículo 41. Licencia O Permiso De Funcionamiento. Cuando para el ejercicio o finalidad de su objeto la ley exija obtener licencia de funcionamiento, o reconocimiento de carácter oficial, autorización o permiso de iniciación de labores, las personas jurídicas que surjan conforme a lo previsto en el artículo anterior, deberán cumplir con los requisitos previstos en la ley para ejercer los actos propios de su actividad principal<sup>28</sup>.

Artículo 42. Inscripción De Estatutos, Reformas, Nombramientos De Administradores, Libros, Disolución Y Liquidación. Los estatutos y sus reformas, los nombramientos de administradores, los libros, la disolución y la liquidación de las personas jurídicas formadas según lo previsto en este capítulo, se inscribirán en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio principal de la persona jurídica en los mismos términos, tarifas y condiciones previstos para el registro de actos de las sociedades comerciales. Para la inscripción de nombramientos de administradores y revisores fiscales se requerirá la aceptación previa de las personas designadas.

Artículo 43. Prueba De La Existencia Y Representación Legal. La existencia y la representación legal de las personas jurídicas de derecho privado a que se refiere este capítulo, se probará con certificación expedida por la Cámara de Comercio competente, la cual llevará el registro de las mismas, con sujeción al régimen previsto para las sociedades comerciales y en los mismos términos, tarifas y condiciones que regulan sus servicios.

Artículo 44. Prohibición De Requisitos Adicionales. Ninguna autoridad podrá exigir requisito adicional para la creación o el reconocimiento de personas jurídicas a las que se refiere este capítulo.

Artículo 143. Constitución De Entidades De Naturaleza Cooperativa, Fondos De Empleados Y Asociaciones Mutuas. Las entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados y las asociaciones mutuales, así como sus organismos de integración y las instituciones auxiliares del cooperativismo, son entidades sin ánimo de lucro y se constituirán por escritura pública o documento privado, el cual deberá ser suscrito por todos los asociados fundadores y contener instancia acerca de la aprobación de los estatutos de la empresa asociativa.

---

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p. 3 de 15.

PARÁGRAFO. Las entidades de que trata el presente artículo formarán una persona distinta de sus miembros individualmente considerados, cuando se realice su registro ante la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio principal de la empresa asociativa, el fondo de empleados o la asociación mutua<sup>29</sup>.

Artículo 144. Registro En Las Cámaras De Comercio. La inscripción en el registro de las entidades previstas en el artículo anterior, se someterá al mismo régimen previsto para las demás entidades privadas sin ánimo de lucro, contenido en el Capítulo II del Título I de este decreto.

Artículo 145. Cancelación Del Registro o de La Inscripción. El Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas podrá ordenar, en cualquier momento, la cancelación del registro de una entidad bajo su competencia o de la inscripción en el mismo de los nombramientos de los miembros de sus órganos de dirección y administración, revisores fiscales, en caso de advertir que la información presentada para su inscripción no se ajusta a la realidad; o a las normas legales o estatutarias.

Artículo 146. Reformas Estatutarias. A partir de la vigencia del presente decreto, las reformas de estatutos de las cooperativas y demás organismos vigilados por el DANCOOP no requerirán ser autorizadas por parte de ese organismo, sin perjuicio de las demás autorizaciones especiales que éste debe otorgar de acuerdo con sus facultades. Sin embargo, las reformas estatutarias deberán ser informadas a ese Departamento tan pronto sean aprobadas, para el cumplimiento de sus funciones y para que pueda ordenar las modificaciones respectivas cuando las reformas se aparten de la ley.

Artículo 147. Eliminación Del Control Concurrente. Las facultades de control y vigilancia por parte del Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas no podrán ejercerse respecto de entidades y organismos cooperativos sujetos al control y vigilancia de otras superintendencias.

Artículo 148. Con sujeción a las normas previstas en este capítulo, el Gobierno Nacional reglamentará la forma y los plazos dentro de los cuales las entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados y las asociaciones mutuas actualmente reconocidas se inscribirán en el registro que lleven las Cámaras de Comercio.

**2.4.7 Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales.** Artículo 598. Por los años gravables 1987 y siguientes, están obligadas a presentar declaración de ingresos y patrimonio, todas las entidades no contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, con excepción de las siguientes:

a. La Nación, los Departamentos, las Intendencias y Comisarías, los Municipios y el Distrito Especial de Bogotá.

---

<sup>29</sup> *Ibíd.*, p. 4 de 15.

- b. Las juntas de acción comunal y defensa civil, los sindicatos, las asociaciones de padres de familia, y las juntas de copropietarios administradoras de edificios organizados en propiedad horizontal.
- c. Las asociaciones de hogares comunitarios y hogares infantiles del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar o autorizados por este y las asociaciones de adultos mayores autorizado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.<sup>30</sup>

Artículo 599. Contenido de la declaración de ingresos y patrimonio. La declaración de ingresos y patrimonio deberá contener:

1. El formulario, que al efecto señale la Dirección General de Impuestos Nacionales, debidamente diligenciado.
2. La información necesaria para la identificación y ubicación de la entidad no contribuyente.
3. La discriminación de los factores necesarios para determinar el valor de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos y gastos.
4. La liquidación de las sanciones cuando fuere del caso.
5. La firma de quien cumpla el deber formal de declarar.
6. La firma del Revisor Fiscal, cuando se trate de entidades obligadas a llevar libros de contabilidad y que de conformidad con el Código de Comercio y demás normas vigentes sobre la materia, estén obligadas a tener Revisor Fiscal.

Los demás contribuyentes y entidades obligadas a llevar libros de contabilidad, deberán presentar la declaración de renta y complementarios o de ingresos y patrimonio, según sea el caso, firmada por contador público, vinculado o no laboralmente a la empresa o entidad, cuando el patrimonio bruto en el último día del año o período gravable, o los ingresos brutos del respectivo año, sean superiores a 100.000 UVT.

Cuando se diere aplicación a lo dispuesto en el presente numeral, deberá informarse en la declaración de ingresos y patrimonio, el nombre completo y número de matrícula del contador público o revisor fiscal que firma la declaración.

---

<sup>30</sup> CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Edición Cupido. 2010. P 12

### **3 DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se empleo fue la descriptiva, que consiste en la exposición de las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación respecto a la problemática del proyecto. Mediante este tipo de investigación fue posible conocer la situación actual de las empresas sin ánimo de lucro.

#### **3.2 POBLACIÓN**

La población objeto de estudio estuvo conformada por 69 empresas sin ánimo de lucro, registradas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.<sup>31</sup>

#### **3.3 MUESTRA**

Teniendo en cuenta que la población es de fácil medición y cuantificación se tomara el 100% de la misma que corresponde a 69 empresas sin ánimo de lucro en la ciudad de Ocaña.

#### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Para la elaboración de este estudio se utilizó el instrumento de la encuesta cuya técnica facilitó la recolección de datos primarios los cuales conllevo al desarrollo del mismo.

#### **3.5 PROCESAMIENTO Y 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 cuadros, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

#### **3.6 ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

##### **3.6.1 Actividades de fundamentación conceptual.** Revisión de la literatura

Lectura crítica y analítica

Elaboración del Marco histórico

Elaboración del Marco Conceptual

Elaboración del Marco Legal

##### **3.6.2 Actividades de fundamentación diagnóstica.** Determinación de la población

Elaboración de los instrumentos

---

<sup>31</sup> Fuente CÁMARA DE COMERCIO DE OCAÑA. 2014

Aplicación de los instrumentos  
Tabulación de la información  
Proceso y análisis de la información

**3.6.3 Actividades operativas.** Definir el instrumento a utilizar en la investigación.

Realizar un diagnóstico situacional.

Analizar el estado actual de las empresas por medio de una matriz DOFA.

Elaboración de conclusiones y recomendaciones

Revisión por la directora.

Corrección y ajuste.

Entrega de informe final

Sustentación.

#### 4 PRESENTACION DE RESULTADOS

##### 4.1 ENCUESTA APLICADA A LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LAS EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO.

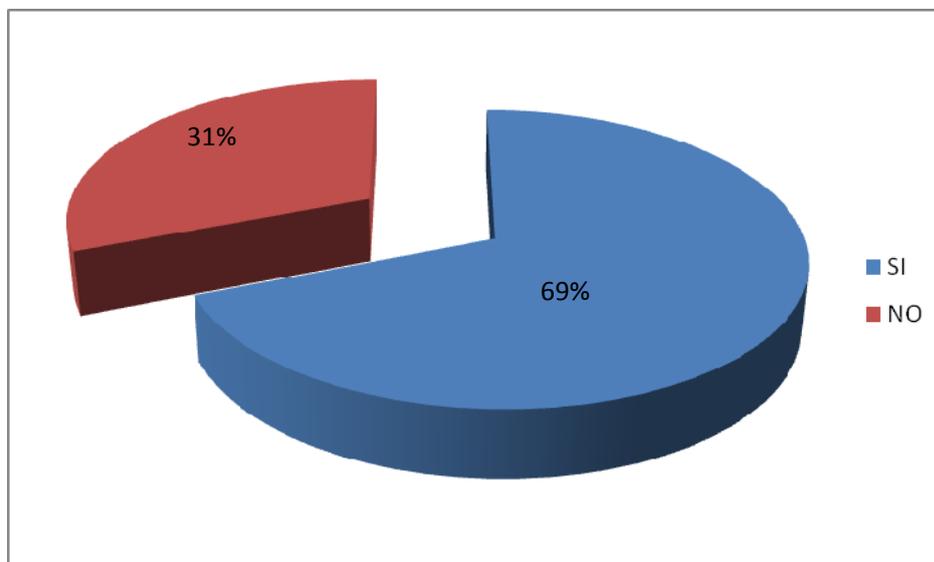
A continuación se enuncian los resultados obtenidos después de haber aplicado la encuestas a los representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Cuadro 1. Nociones sobre la responsabilidad social empresarial

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	47	69
	NO	22	31
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 1. Nociones sobre la responsabilidad social empresarial



Fuente. Autores del proyecto.

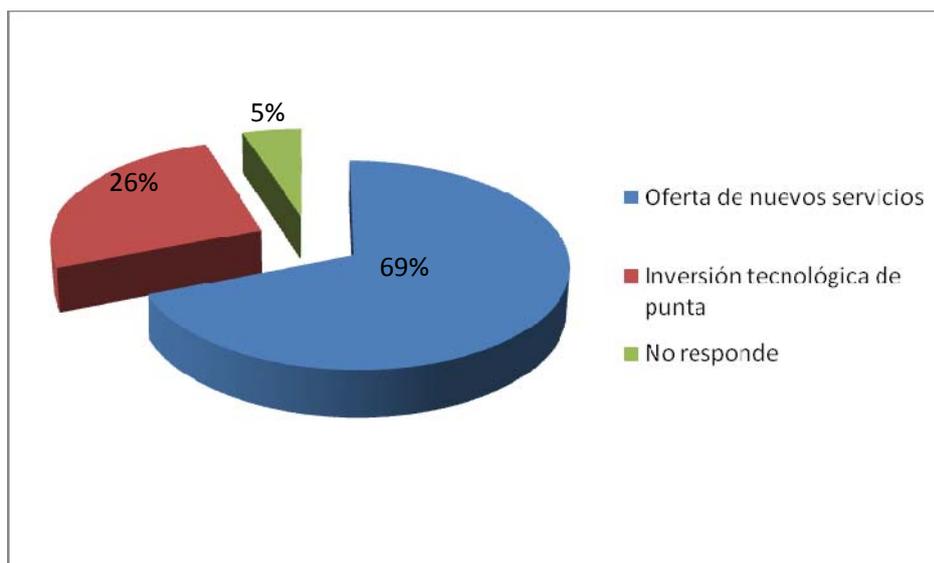
Del total de las personas encuestada el 69% opinan que tienen conocimientos de que es la responsabilidad social, ya que han asistido a eventos académicos, donde se han informado al respecto, de otra parte dicen que la empresa se ha comprometido con el cambio de la comunidad, a través del servicio social logrando avances en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Ocaña y la Región, el otro 31% siendo un porcentaje importante afirman que nunca han tenido claro que es la responsabilidad social y en ningún momento se han preocupado por este aspecto en la empresa.

Cuadro 2. Proyecciones económicas de la empresa

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	Oferta de nuevos servicios	48	69
	Inversión tecnológica de punta	17	26
	No responde	4	5
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 2. Proyecciones económicas de la empresa.



Fuente. Autores del proyecto.

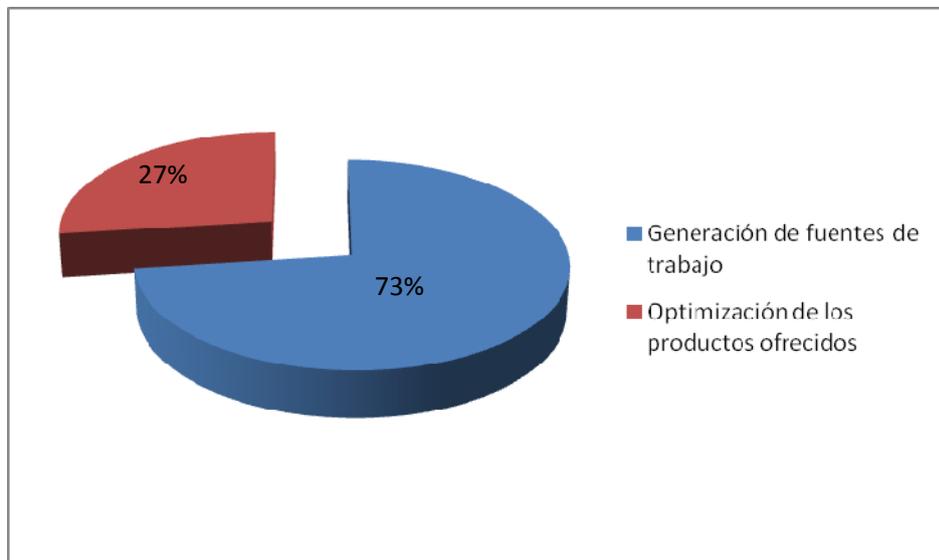
De total de los encuestados, un porcentaje importante, es decir el 69% afirman que las proyecciones económicas que tiene la empresa es la oferta de nuevos servicios y el 26% inversión de tecnología de punta para lo cual se han preocupado por asistir a las capacitaciones organizadas para los microempresarios, el aumento de la demanda de los servicios y productos ofrecidos, al igual que el fortalecimiento social.

Cuadro 3. Retos sociales y económicos

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	Generación de fuentes de trabajo	50	73
	Optimización de los productos ofrecidos	19	27
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 3. Retos sociales y económicos



Fuente. Autores del proyecto.

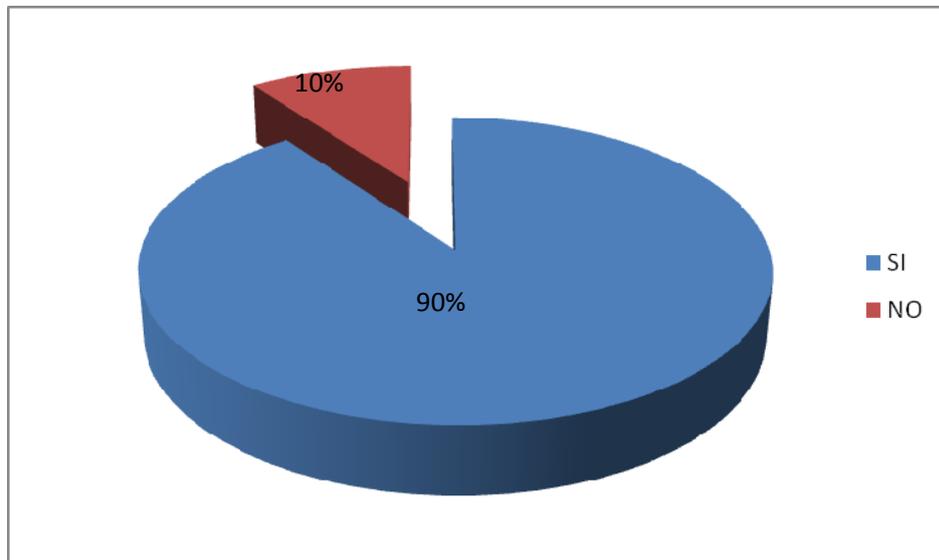
Los representantes afirman que el mayor reto social y económico que poseen es la generación de fuentes de empleo, ya que la responsabilidad social contempla este aspecto, mientras que el 27% afirman que su principal preocupación o reto es la optimización de los servicios o productos ofrecidos, ya que en la actualidad se debe trabajar para lograr la certificación en calidad y así tener la oportunidad de permanecer en el mercado de servicios o productos, siendo esta la principal preocupación de las empresas en la actualidad.

Cuadro 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	62	90
	NO	7	10
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Cuadro 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento



Fuente. Autores del proyecto.

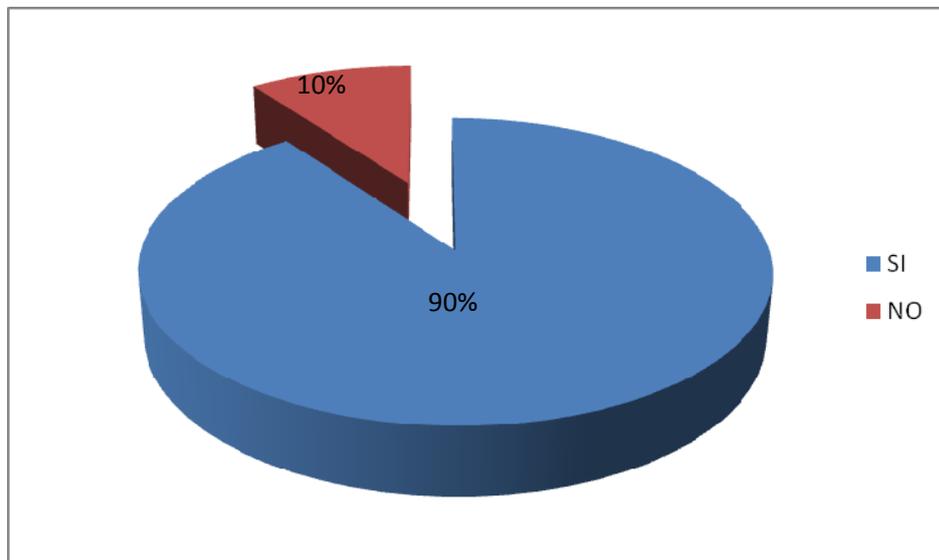
El 90% de las personas encuestas afirman que cuenta con estrategias para el desarrollo y crecimiento comercial, como por ejemplo convenios con entidades similares, calidad de los servicios ofrecidos, inversión en nuevos productos, proyectos que se han ido generando poco a poco en bien de la comunidad, implementación de nuevos productos y servicios, ampliación del portafolio de servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, de otra parte el 10% afirma que no cuenta con dichas estrategias, ya que no han visto las necesidades de están en el funcionamiento de la empresa.

Cuadro 5. Necesidad de las estrategias diseñadas.

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	62	90
	NO	7	10
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 5. Necesidad de las estrategias diseñadas.



Fuente. Autores del proyecto.

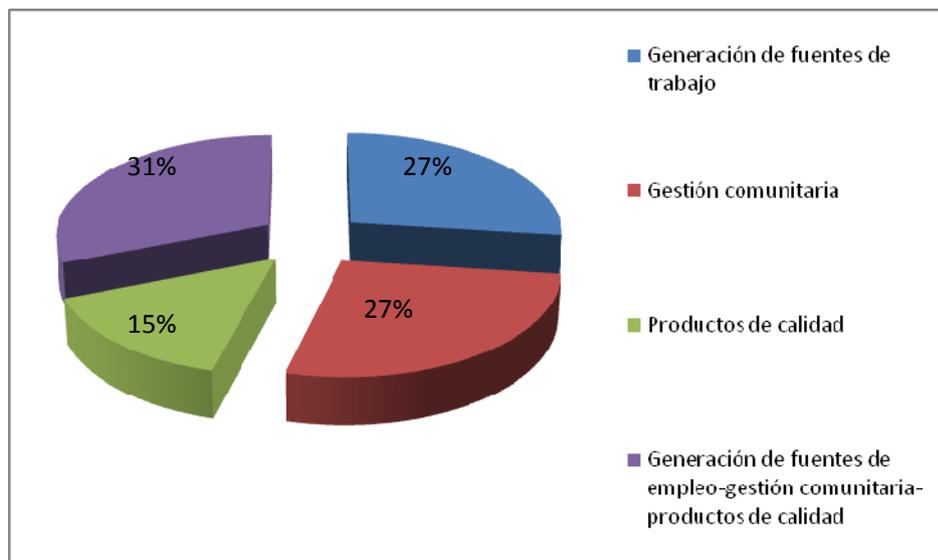
De la misma forma el 90% afirma que las estrategias antes mencionadas son necesarias ya que en las diferentes empresas son el soporte que les ayuda a continuar en el mercado laboral, diseñando la forma de ofertar servicios con mejor calidad, permitiendo adquirir un mejor horizonte, mejorando, fortalecimiento la empresa y logrando la continuidad del servicio o producto, de otra parte el 10% no considera necesarias las estrategias para el buen desempeño de la empresa.

Cuadro 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad,

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	Generación de fuentes de trabajo	18	27
	Gestión comunitaria		
	Productos de calidad	18	27
	Generación de fuentes de empleo-gestión comunitaria-productos de calidad	11	15
		22	31
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad



Fuente. Autores del proyecto.

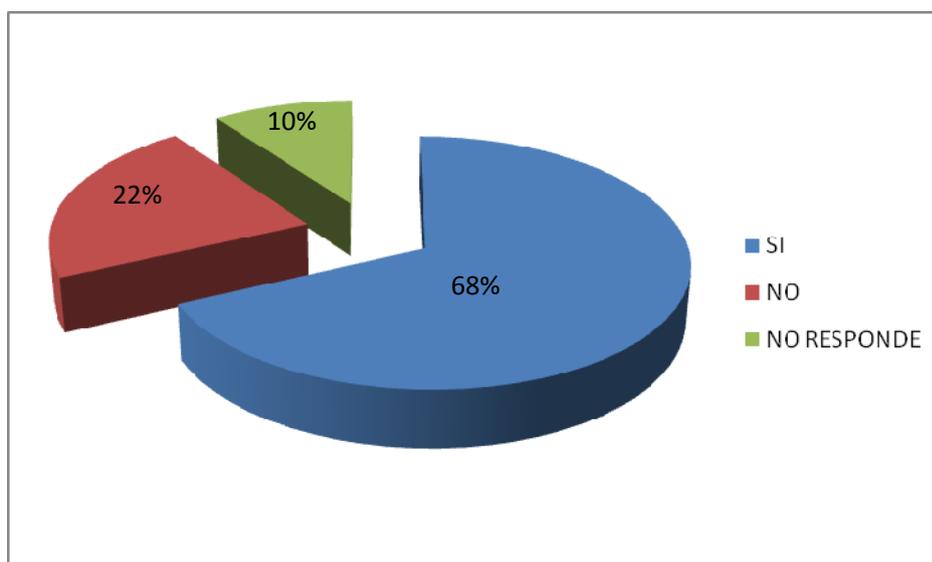
Según la opinión de los encuestados los beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad al ofrecer productos, han sido en un 27% la generación de empleo y gestión comunitaria, de otra parte el 15% lo hacen a través del ofrecimiento de productos de calidad y un porcentaje muy importante el 31% afirman que todos los anteriores beneficios han sido otorgados a la comunidad.

Cuadro 7. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	47	68
	NO	15	22
	NO RESPONDE	7	10
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 7. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa



Fuente. Autores del proyecto.

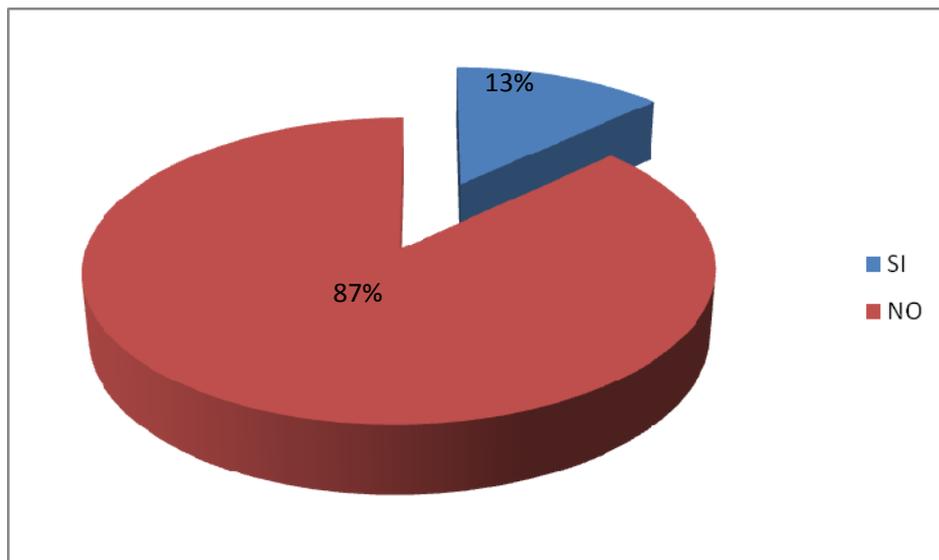
La totalidad de los representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro, considera que los empleados conocen la jerarquía institucional en un 68%, mientras que el 22% no la conocen, esto puede ser por la falta de capacitación realizadas al interior de las diferentes empresas.

Cuadro 8. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	9	13
	NO	60	87
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 8. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.



Fuente. Autores del proyecto.

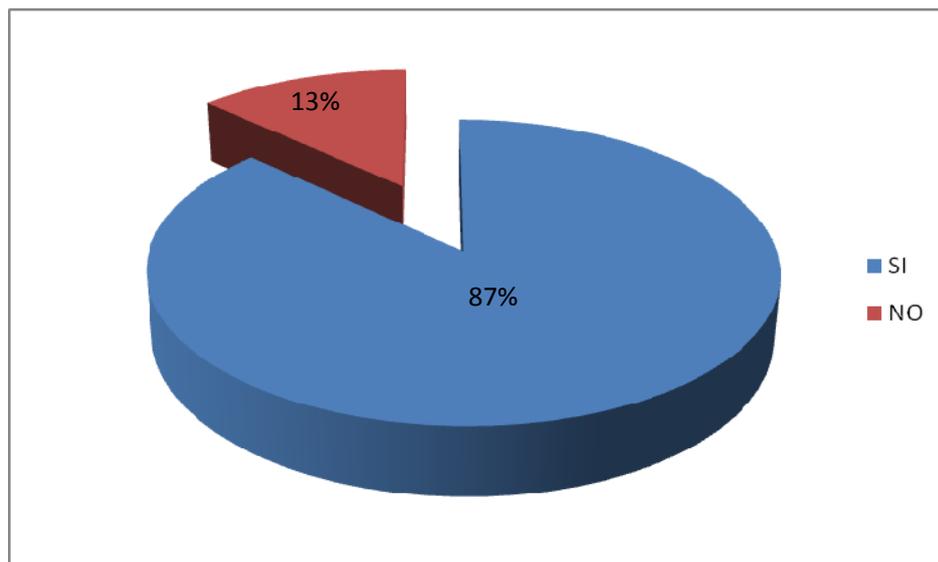
En cuanto a los estados financieros el 87% opinan que en estos no se refleja la responsabilidad social, además esto no es cuantificable para manifestarlo en dichos documentos, de otra parte el 13% dice que si se refleja pero eso lo hace el contador y el representante no tiene conocimientos al respecto.

Cuadro 9. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	60	87
	NO	9	13
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 9. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.



Fuente. Autores del proyecto.

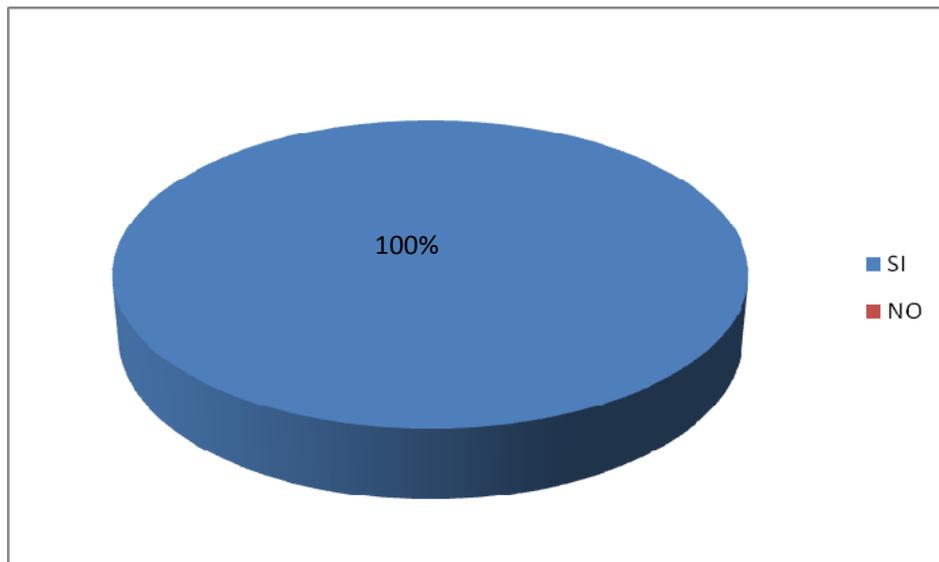
Dicen los encuestados que en las empresas que ellos representan, se tiene la costumbre de realizar inversión social en la comunidad, como donaciones a los colegios en muebles y útiles escolares, esto lo afirma el 87% de los gerentes, esto se ve reflejado en las capacitaciones y ayuda a la comunidad con programas sociales, de otra parte el 13% dicen que no se hace inversión en la comunidad.

Cuadro 10. Importancia de la responsabilidad social.

<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
69	SI	69	100
	NO	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100</b>

Fuente. Autores del proyecto.

Grafica 10. Importancia de la responsabilidad social.



Fuente. Autores del proyecto.

La importancia de la Responsabilidad Social no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Los ciudadanos, los consumidores, cada vez son más exigentes. Ya no nos importa sólo lo que el mercado nos ofrece, sino también el modo en el que lo hace. Según la opinión de los encuestados el 100% de estos afirma que para ellos es muy importante la responsabilidad social en las empresas de la ciudad.

**4.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social.** Si lo que queremos es conocer la actual situación de una empresa y cuáles están siendo los principales obstáculos que le impiden seguir creciendo, el diagnóstico empresarial es una de las herramientas más recurridas y eficaces para poder realizar este tipo de estudios. A pesar de que en muchos casos este tipo de diagnósticos se dejan bajo la supervisión de expertos en el tema, como consultorías o profesionales ajenos a la empresa a evaluar, lo cierto es que también existe un gran porcentaje de aquellos responsables de sus propios negocios que optan por tomar esta responsabilidad.

Por lo que se debe decir que la mayoría de las personas encuestadas tienen conocimientos de que es la responsabilidad social, ya que han asistido a eventos académicos, donde se han informado al respecto, de otra parte dicen que la empresa se ha comprometido con el cambio de la comunidad, a través del servicio social logrando avances en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Ocaña y la Región, especificando que las empresas poseen las proyecciones económicas que tiene la empresa es la oferta de nuevos servicios.

Los representantes afirman que el mayor reto social y económico que posee es la generación de fuentes de empleo, en cuanto a las estrategias para el desarrollo y crecimiento comercial, como por ejemplo convenios con entidades similares, calidad de los servicios ofrecidos, inversión en nuevos productos, proyectos que se han ido generando poco a poco en bien de la comunidad, implementación de nuevos productos y servicios y ampliación del portafolio de servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes.

La mayoría de las empresas en la ciudad son pequeñas por lo que el número de empleados es aproximadamente de 5, los cuales son contratados en su mayoría a través de Orden de Prestación de Servicios. De otra parte se debe decir que los empleados conocen la jerarquía institucional, dichas empresas realizan cursos de formación y servicio a los usuarios campañas de ayuda a personas en situación de vulnerabilidad, cursos de formación, acompañamiento escolar, como también protección a los animales y cuidado del medio ambiente.<sup>32</sup>

En las diferentes empresas se tienen estrategias de capacitación, actualización de programas, realizar actualizaciones a los programas contables para proyectarse y proponerse nuevas metas, capacitaciones de forma permanente y mejoramiento de los procesos desarrollados en la empresa.

Se debe decir que en los estados financieros no se ven reflejada la responsabilidad social, se considera que por ser una actividad propia de este tipo de empresas, destacando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que posee la responsabilidad social.

---

<sup>32</sup> CABEZA, Gustavo. Matriz DOFA. [En línea] (Septiembre 27 de 2009), disponible en <<http://gfcabeza.com/2009/09/27/que-es-y-para-que-sirve-la-matriz-foda/>> p 2

De otra parte se debe decir que los encuestados afirman que en cuanto al número de empleados que tienen contratados en la actualidad el 61% tienen entre 1 y 5 empleados siendo el porcentaje mayor, ya que la mayoría de empresas en la ciudad son pequeñas, de otra parte el 20% poseen entre 6 y 10 empleados, el 13 y 6% entre 11 y 20 empleados.

El 24% de los encuestados afirman que la forma de contratación que más se utiliza en la empresa es la Orden Prestación de servicios, de otra parte el 27% decidieron no responder, de la misma forma el 21% afirma que el tipo de contratación es verbal, dicen que este tipo de contratación posee la misma legalidad de cualquier tipo de contrato

Los gerentes de las empresas sin ánimo de lucro, consideran que los empleados conocen la jerarquía institucional en un 68%, mientras que el 22% no la conocen, esto puede ser por la falta de capacitaciones realizadas al interior de las diferentes empresas.

Los encuestados afirman que los beneficios sociales que se ha tenido a través de la empresa son en un 64% ayuda a los más necesitados, 20 y 16% cursos de formación y servicio a los usuarios, esto lo afirman ya que se han realizado campañas de ayuda a personas en situación de vulnerabilidad, cursos de formación, acompañamiento escolar, como también protección a los animales y cuidado del medio ambiente.

Del total de las personas encuestada el 51% afirman que en la empresa posee estrategias de capacitación y actualización de programas, los cuales son muy importantes para el logro de los objetivos, de otra parte están pendientes de realizar actualizaciones a los programas contables para proyectarse y proponerse nuevas metas, como también las capacitaciones de forma permanente, mejorando los procesos desarrollados en la empresa.

Según la afirmación de los representante legales de las empresas sin ánimo de lucro, están cuentan en un 60% con herramientas como software contable, el 35% poseen libros contables y el 5% solo libros AZ, se evidencia que las empresas grandes o medianas poseen herramientas contables las cuales les ayuda a realizar adecuadamente las labores de la empresa.

En cuanto a las estrategias utilizadas sobre responsabilidad social, el 50% de los encuestados afirman que se invierte en bonos de ayuda a la comunidad, al igual que en capacitaciones que se hacen de forma constante con patrocinio para capacitaciones a la comunidad en diferentes temas de interés a los mismos.

Los encuestados afirman que las fortalezas que ellos ven en la responsabilidad sociales el interés de los directivos por su implementación, el mejoramiento de la calidad de vida, la aceptación de la comunidad y la equidad e integridad, estando las opiniones divididas respecto a dichas fortalezas,

En cuanto a las debilidades los encuestados dicen que las principales son la competencia desleal y la falta de compromiso de los funcionarios con las diferentes empresas, de otra parte el 16% dicen que la falta de recursos también afecta significativamente la responsabilidad social en la región.

Para la responsabilidad social, la principal amenaza es la falta de campañas publicitarias esto lo afirma el 48%, de los representante encuestados, de otra parte la falta de capacitación afirman que es también que es una amenaza muy importante y por último la falta de tecnología de punta lo que evita que la responsabilidad social avance y mejore cada días más.

En cuanto a las oportunidades, los encuestados afirman que una de las más importantes es la vinculación de jóvenes de la región, esto lo afirma el 50% de los representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro, de otra parte la posibilidad de extensión y la implementación de nuevos producto y servicios es considerada en un 23 y 27% como oportunidades importantes para la responsabilidad social.

La matriz DOFA es una de las herramientas administrativas más importantes, aunque a veces no siempre tenemos clara su utilidad, o por lo menos eso concluimos de la multitud de consultas que recibimos sobre el para qué sirve la famosa matriz DOFA.

La importancia de la matriz DOFA radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando se conoce la realidad, casi siempre sabemos qué hacer.<sup>33</sup>

La matriz DOFA muestra con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

Al conocer las fortalezas, al saber qué es lo que mejor hacemos, podemos diseñar objetivos y metas claras y precisas, que bien pueden estar encaminadas para mejorar nuestras debilidades y/o para aprovechar nuestras oportunidades. Cuando tenemos claro qué es lo que sabemos hacer, cuando sabemos en qué nos desempeñamos mejor, estamos en condiciones de ver con mayor facilidad las oportunidades, o podemos sortear con mayor facilidad nuestras debilidades. Se supone que lo primero que una empresa o persona se debe preguntar, es cuáles son sus fortalezas, una vez identificadas, sólo resta explotarlas.

Por último se tienen las amenazas. Si se quiere sobrevivir, debemos ser capaces de identificar, de anticipar las amenazas, lo que nos permitirá definir las medidas para enfrentarlas, o para minimizar sus efectos. Si una empresa no anticipa que le llegará una fuerte competencia, cuando esta llegue no habrá forma de reaccionar oportunamente, y sobre todo, no se podrá actuar con efectividad puesto que nunca estuvimos preparados para ello. Si no se conoce una amenaza, mucho menos se sabe cómo reaccionar frente a ella, de allí la importancia de conocer el medio, el camino a que tenemos que enfrentar.

---

<sup>33</sup> CARDONA, Mónica. Que es la matriz DOFA. [En línea] (27 septiembre de 2012), disponible en < <http://monica-arcila-cardona.webnode.es/>> p 2

Como se observa, es imprescindible elaborar concienzudamente una matriz DOFA, pues en ella está casi todo lo necesario para tomar las decisiones oportunas y apropiadas a cada situación que se presente.

Por último se debe mencionar que estas herramientas son fundamentales para lograr el buen funcionamiento de la entidad, ya que conociendo y llevando adecuadamente el área contable y financiera se logra proyectar la empresa de forma segura, al igual que el área administrativa permitiendo conocer las líneas de mando internas en la organización.

Los pasos para construir una matriz DOFA son:

Hacer una lista de fortalezas internas claves.

Hacer una lista de debilidades internas decisivas.

Hacer una lista de las oportunidades externas importantes.

Hacer una lista de amenazas externas claves.

Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias.

Cruzar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias.

Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar estrategias.

Comparar debilidades internas con las amenazas externas y registrar estrategias.

**Análisis DOFA.** Es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. La importancia de la matriz DOFA radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer.

Cuadro 11. Matriz DOFA

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
	1. El ánimo de las empresas para lograr la consecución de recursos.	1. Existente muchas personas en situación de vulnerabilidad.
	2. Los conocimientos de los representantes legales.	2. No se realiza publicidad de los servicios ofrecidos.
	3. La disponibilidad de sus integrantes para trabajar	3. No se han realizado socialización sobre la normatividad que rige.
	4. Existe sentido de pertenencia.	5. No se cuenta con manual de procedimientos contables.
	5. El trabajo está encaminado a la comunidad.	6. No existe recursos propios.
	7. Las entidades está legalmente constituidas en Cámara de Comercio.	
	8. Por ser empresas sin ánimo de lucro, se busca es el bienestar de la comunidad.	
<b>Oportunidades (O)</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategias DO</b>

Continuación (Cuadro 11)

1. La actual Normatividad en Colombia, que beneficia a este tipo de entidades.	1. El ánimo de los integrantes por la consecución de recursos y los conocimientos que actualmente poseen los miembros de los representantes legales, deben ser aprovechados teniendo en cuenta la nueva Normatividad. F1+F2+O1	1. La existencia de personas en situación de vulnerabilidad y la no existencia de socialización de la normatividad, se debe mejorar para poder gestionar la ayuda mutua entre las empresas sin ánimo de lucro. D1+D3+O3
2. La gestión de recursos por medio de la formulación de proyectos y propuestas que beneficien a la entidad.	2. Se debe aprovechar los conocimientos de los representantes legales, teniendo en la disponibilidad de los integrantes para trabajar, logrando conservar y adquiriendo nuevas instituciones que brinden ayuda mutua a la entidad. F2+F3+O3	2. En las empresas existe sentido de pertenencia, además el trabajo se realiza encaminado al beneficio de la comunidad y la integración de los jóvenes de la región, contando con la actual normatividad de Colombia en cuanto a entidades de este tipo. D2+O1
3. La ayuda mutua entre fundaciones para satisfacer las necesidades de la comunidad.		
4. La vinculación de jóvenes, que ayuden a la comunidad.		
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
1. Competidores que entreguen el mismo servicio en la ciudad.	1. Las entidades está legalmente constituida en Cámara de Comercio, lo cual se debe aprovechar para gestionar recursos y así mejorar la situación económica de las mismas. F8+A1	1. La situación económica de la fundación no es la mejor es por esto que se debe realizar socializaciones sobre la Normatividad y los beneficios que se van a tener en la misma. A1+D3
2. La gestión de recursos para lograr el adecuado mantenimiento de las instituciones.	2. El trabajo está encaminado a la comunidad, especialmente a personas en situación de vulnerabilidad, por lo que se debe concientizar a los funcionarios de la importancia de los proyectos y por lo tanto la demora en su ejecución. F6+A2	2. Al no existir una socialización de la normatividad y servicios ofrecidos, el tiempo de ejecución de los proyectos es mayor, por lo que es necesario elaborar herramientas que ayuden a direccionar mejora las entidades. A2+D1+D3

Fuente: Autores del proyecto.

Esta matriz permite ver las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene o puede tener las instituciones en su entorno. Es importante desarrollarla para tener una mejor orientación en el momento de plasmar sus objetivos y planes de acción, para que sean los más cercanos a la realidad de la entidad. Ayuda a determinar que tan capacitada esta organización para desempeñarse en el medio, esta matriz conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias FO, DO, FA, DA.

**Estrategia FO.** Corresponde al uso de fortalezas internas de la empresa con el objeto de aprovechar las oportunidades externas.

**Estrategias DO.** Mejora las debilidades internas, valiéndose de las oportunidades externas.

**Estrategias FA.** Utiliza las fortalezas de la empresa para minimizar o evitar el impacto de las amenazas externas.

**Estrategias DA.** Derrotar debilidades internas y eludir amenazas tomando estrategias defensivas.

#### 4.1.2 Realizar un diagnostico situacional real de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA

Cuadro 12. Matriz DOFA real.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>Capacidad económica para poder aplicar un modelo de RSE que se adapte a las necesidades sociales actuales del país.</p> <p>Entendimiento claro de la necesidad de implementar ideas relacionadas con la RSE.</p> <p>Personal calificado para poder llevar a cabo la planeación, ejecución y control de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial.</p> <p>Alta sensibilidad por parte no sólo de la directiva de la empresa, sino también del resto de los empleados en materia de necesidad social.</p>	<p>Poca o ninguna experiencia en materia de Responsabilidad Social Empresarial.</p> <p>Escasa información en materia de RSE para el personal en general que labora en las diferentes empresas.</p> <p>Poco incentivo fiscal por parte de los entes tributarios a fin de apoyar la inversión a realizar al implementar el modelo de Responsabilidad Social.</p> <p>Creciente incrementos en materia de costos intrínsecos para la empresa.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Se aprovecha de mejor manera las oportunidades dadas por parte del estado.</p> <p>Beneficios en cuanto a descuento de impuestos.</p> <p>Apertura de mercados internacionales en países Europeos.</p> <p>Vulnerabilidad de la competencia en la</p>	<p>Falta de publicidad sobre el tema.</p> <p>Desconocimiento sobre el tema.</p> <p>Las políticas monetarias cambiarias en la ciudad.</p> <p>Las debilidades internas en las empresas, administrativas y operativas.</p>

Continuación (Cuadro 12)

calidad de sus productos.  Nuevas políticas de exportación con la posible aprobación del Tratado de libre Comercio con Estados Unidos.  Ventaja comparativa en la oferta de insumos y materia prima del mercado colombiano.	
---	--

Fuente. Autores del proyecto

#### **4.2 DETERMINAR EL IMPACTO POSITIVO QUE GENERA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO, CONTRIBUYENDO A LA SOSTENIBILIDAD DE LA MISMA.**

La responsabilidad social empresarial engloba las decisiones, medidas, actividades y acciones de ética realizadas durante la actividad económica. En los últimos años se ha creado consenso en el mundo empresarial alrededor de los impactos positivos que produce la ética empresarial en las organizaciones y en sus objetivos misionales: generar excedentes económicos, perdurar en el tiempo y producir bienes y servicios que el mercado demanda.

Es así como el desempeño financiero de las empresas, al ceñirse a un código de ética y una política de gobierno corporativo, se ve beneficiado cuando su valor bursátil aumenta como producto de la confianza generada por factores como la mayor percepción de transparencia, la existencia de códigos para solucionar los conflictos de interés, la mejor calificación y mayor diversidad interna de los órganos de gobierno.

En América Latina, se ha observado los beneficios que trae la implementación de prácticas de Gobierno Corporativo, ya que se evidencia mejoras en su productividad, que es la prioridad de mayor peso, por ser esta pieza básica para obtener resultados financieros positivos; la imagen de integridad, ayudando a obtener mejores calificaciones crediticias, que disminuyen el costo del capital y deuda, lo que atrae nuevos inversionistas, e incrementar el precio de su acción y la atracción y retención de talento.

En cuanto a la imagen de la marca y su reputación, la ética se ha convertido en factor de diferenciación de marca que construye lealtad y confianza en el consumidor, factores que se ven reflejados en incrementos en las ventas, protección frente a nuevos competidores y variaciones en el precio.

En el marco de la Cultura Organizacional, entendida como la manera de ser y hacer las cosas en el día a día, la ética se convierte en un ingrediente que genera un sentido de identidad, aprendizaje continuo y mecanismos de control interno.

Estos mecanismos están auto-regulados a través de la implementación de un código que mediante la creación y refuerzo de valores y principios que guían comportamientos adecuados para cada situación, le dan sentido y significado a las actuaciones de la empresa y de sus miembros.

En lo que respecta al recurso humano, la responsabilidad social disminuye el absentismo, mejoran las tasas de retención de los talentos y aumentan su lealtad y compromiso. Debido a que disminuye las posiciones incómodas, da pautas de resolución de conflictos y la oportunidad de sentir que el impacto positivo de su labor concilia con sus expectativas de desarrollo humano, los negocios son parte de la actividad humana y, por lo tanto, son intrínsecamente morales.

En síntesis, los beneficios de la ética en la empresa tienen impacto directo en los resultados económicos y en el balance empresa sociedad, el verdadero reto se encuentra en la inclusión de un modelo de empresa sostenible y socialmente responsable, lo que implica un arduo trabajo en la cultura organizacional y una decisión explícita y comprometida de los directivos en adaptar códigos de ética y de gobierno corporativo.

Por último, la persona como miembro de una organización debe afrontar el hecho de que sus decisiones y comportamientos afectan al sistema individuo, organización, sociedad y que a su vez las determinaciones de su organización lo afectan. Frente a esta perspectiva las empresas y los individuos, al momento de tomar decisiones de vinculación o continuidad laboral, deben establecer qué tipo de contraparte es la adecuada, es decir, cada uno debe confrontar sus expectativas éticas y de responsabilidad contra las de su organización y viceversa.

La toma de decisión es un proceso durante el cual la persona debe escoger entre dos o más alternativas. Todas las personas pasan los días y las horas de la vida teniendo que tomar decisiones. Algunas decisiones tienen una importancia relativa en el desarrollo de la vida, mientras otras son gravitantes en ella.

Enfatizan el poder social que adquiere la compañía en la medida que se ve inserta en una sociedad. Explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participa. La empresa se ve presionada por la sociedad a participar activamente en lo social.<sup>34</sup>

Estudian el desarrollo de actividades de la empresa en cumplimiento a los derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de la fuerza de trabajo, el respeto por el medio ambiente, la preocupación por un desarrollo sustentable.

En el ámbito de la RS, Hellriegel, Jackson y Slocum (2005), plantean que las consideraciones financieras de la empresa y accionistas siempre deben ser prioritarias,

---

<sup>34</sup> FERNÁNDEZ L., Liliana E. y Barbei, Alejandro A. (2006). La Medición en Contabilidad: Un Análisis de sus Elementos y Limitaciones. Actualidad Contable FACES año 9 núm. 12, pp 75-84.

aunque entienden que el éxito a largo plazo requiere atender las preocupaciones y demandas de distintos grupos de personas. De ahí que el origen de los stakeholders, se remonta al de shareholders, donde el imperativo de la gestión empresarial tradicional consistía solamente en validar los resultados económicos por parte de los accionistas como únicos interesados en las organizaciones; sin embargo, actualmente existen otros grupos de interés tales como: clientes, proveedores, gobierno, grupos influyentes, colaboradores, empleados, entre otros, que tienen la expectativa de la rendición de cuentas por parte de las organizaciones y empresas.<sup>35</sup>

La teoría de Donaldson y Preston (1995), centra su análisis en el directivo de la organización y proponen identificar y actuar sobre los distintos Stakeholders y sus demandas, proponen que debe ser el directivo quien defina la prioridad asignada a cada grupo de stakeholders, teniendo en cuenta el grado de dependencia de la organización con cada grupo de stakeholder. En este mismo sentido, Mitchell et al (1997), propone relaciones más dinámicas entre la organización y sus stakeholders, en donde los directivos tienen la facultad de no actuar de igual manera con todos ellos. Este modelo permite relacionar el objetivo de la organización con las demandas de los tipos de stakeholders que adquieren mayor importancia para la empresa, en función del poder de influencia, la legitimidad y urgencia de la demanda de los stakeholders.

En la teoría instrumental las tecnologías son herramientas listas para servir a los propósitos de los usuarios. La tecnología es considerada neutral porque se valora exclusivamente en términos de eficiencia, en términos de su uso y aplicación. Esto quiere decir, que la tecnología, es decir la técnica es indiferente a la variedad de fines para los que puede ser utilizada, fuera del sentido primario de herramienta de uso, útil para ejecutar una acción y esperar un resultado determinado.

Las tendencias instrumentalistas “tecnófilas” ven al desarrollo tecnológico como el proceso lógico de la evolución, se equipara casi automáticamente con la idea de progreso. El cual es el devenir de la tecnología, pues se asocia de manera natural con la mejora continua, con la eficiencia de los artefactos. La lógica tecnológica es producir un artefacto más eficiente que sus predecesores en una escalada sin fin. La tecnología se interpreta como un factor puramente técnico, objetivo, indiscutible y al margen de cualquier consideración no ingenieril. Para la teoría instrumental queda muy claro el concepto de “universalidad tecnológica”, ya que el parámetro para medir la eficiencia y la productividad siempre es el mismo, entonces pueden ser aplicados en diferentes circunstancias y contextos.

También se debe mencionar que el contexto en el que se mueve la empresa, la responsabilidad social empresarial es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que ha generado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles, por un lado un papel más activista de los consumidores, que existe mucho más que calidad en los

---

<sup>35</sup> HERRERA, Alvarado, Alejandro, Schlesinger, Díaz María Walesska (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. Revista estudios gerenciales Vol. 24 No. 108 julio-septiembre pp 37-59.

productos y servicios , esperando que la empresa cuide el medio ambiente, que respete los derechos humanos y que sea transparente , por otro lado las grandes empresas exigen a sus proveedores contar con un mínimo de información social, que incremente los controles sobre la responsabilidad social.

La responsabilidad social empresarial posee ventajas internas como son se mejora el clima laboral, productividad, calidad, rentabilidad, cohesión interna, mejores profesionales, mayor control y gestión de riesgos, mayor atracción y retención del talento. En cuanto a lo externo se tienen beneficios como son la adjudicación de contratos, mayor fidelidad de los clientes, mejores relaciones comerciales con grandes empresas, premios, etiquetas distintivas, posicionamiento de marca, reconocimiento público, ventajas fiscales, y acceso créditos y microcréditos.

#### **4.3 PROPONER UN MODELO DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y FINANCIEROS, CON EL FIN DE QUE SE EMPIECEN A APLICAR Y ASÍ MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DEL SECTOR SOLIDARIO.**

Las empresas sin ánimo de lucro, realizan frecuentemente una serie de actividades contables y financieras que ameritan ser controladas, codificadas y registradas para posteriormente efectuar la rendición de cuentas.

En ese sentido, desde sus inicios, las entidades ha venido desarrollando una serie de instrumentos dirigidos a eficientizar la acción del recurso humano responsable de efectuar las labores financieras, y de registros contables, cuya finalidad está orientada a lograr un alto grado de eficacia en el control de las operaciones.

De ahí que, instrumentos como los procedimientos para codificar cuentas, efectuar el ciclo contable, realizar ajustes, estructurar los estados financieros, entre otros, constituyen la base fundamental para que el personal del departamento de contabilidad, lleve a cabo su labor de manera consistente, oportuna y razonable.

#### **REPRESENTANTE LEGAL**

Proceso: Dirección

Objetivo: Tener un control diario del área contable y financiera.

Alcance: Llevar un control de todo lo pertinente al área contable y financiera, con el objetivo de controlar los procesos de las empresas.

Responsable: Representante legal

Documentos relacionados:

Informes entregados por la auxiliar contable.

Organizar los procesos llevados

Firmar documentos necesarios para el buen funcionamiento.

Condiciones:

Todos los informes deben ser presentados de forma escrita

Las actuaciones de la dirección deben estar soportadas

Cuadro 13. Proceso de representación social.

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Planear los asuntos pertinentes a la empresa.	●				●
2	Establecer las técnicas organizacionales para el adecuado funcionamiento de la empresa.	●				●
3	Controlar las responsabilidades de cada área funcional de la empresa.	●				●
4	Retroalimentar el sistema administrativo de la empresa.	●				●

Fuente. Autores del proyecto

### Elaboración de informes

Proceso: Elaboración de informes detallados

Objetivo: Controlar los procesos contables y financieros

Alcance: Controlar el área contable y financiera.

Responsable: Representante legal y Revisor Fiscal

Documentos relacionados:

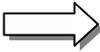
Documentos elaborados por la auxiliar contable

Registros contables y financieros

Condiciones:

Documentos que soportan el informe

Cuadro 14. Elaboración de informes detallados

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Realizar lista de todas las actividades.					●
2	Redacción, organización y transcripción del informe.					●
3	Revisión y control por parte del representante legal y revisor fiscal.		●	●		
4	Presentación del documento.	●				
5	Archivo del documento.				●	

Fuente. Autores del proyecto

**Procedimiento para la información contable y financiera.**

Proceso: Información contable y financiera

Objetivo: Obtener información del área contable y financiera.

Alcance: Llevar un control de todo lo pertinente al área contable y financiera de la empresa.

Responsable: Auxiliar contable

Documentos relacionados:

Soportes contables

Soportes de nomina

Recibos de ingreso y egreso

Condiciones:

Todos los ingresos y egresos deben estar soportados y registrados

Cuadro 15. Procedimiento para la información contable y financiera

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Recopilación de datos.	●		●		
2	Ordenamiento de la información.					● ●
3	Registro de ingresos y egresos.					
4	Elaboración de los diferentes informes contables y financieros.					● ●
5	Impresión de los documentos.		●			
6	Archivo de las respectivas carpetas.		●			

Fuente. Autores del proyecto

### Preparación e interpretación de los estados financieros

Proceso: Preparación e interpretación de los estados financieros

Objetivo: Garantizar la exactitud, la confiabilidad, oportuna y pertinente de la información contable para la elaboración de los estados financieros

Alcance: Comprende desde la recopilación de todas las transacciones y hechos en dicho periodo hasta determinar la utilidad o pérdida.

Responsable: Auxiliar contable y Revisor Fiscal

Documentos relacionados:

Estados financieros

Balance general

Estado de resultados

Condiciones:

Los estados financieros deben ser elaborados cada mes.

Se debe hacer el respectivo análisis del balance de comprobación  
 Hacer correcciones a los balances de comprobación  
 Elaboración de los estados financieros

Cuadro 16. Interpretación de los estados financieros

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Verificación de documentos					●
2	Listado de balance de comprobación		●			
3	Verificación de saldos		●			
4	correcciones					●
5	Preparación de estados financieros					●
6	Presentación	●				
7	Archivo				●	

Fuente. Autores del proyecto

**Proceso de la nomina**

Proceso: Nomina

Objetivo: Elaborar la nomina, con sus respectivos descuentos y liquidaciones de Ley

Alcance: Elaboración de la planilla, según la Ley 1607 de 2012 (Art 25).

Responsable: Auxiliar contable

Condiciones:

La nomina se debe cancelar cada quince días.

En la liquidación de la nomina se debe tener en cuenta el auxilio de transporte

Cuadro 17. Nomina

No. Actividad	Actividades	Transporte ➡	Inspección ▽	Demora D	Archivo □	Operación ○
1	Verificación de novedades					●
2	Realización de la nomina en Excel					●
3	Verificar valores devengados y deducciones		●			
4	Descuentos de préstamos	●	●			
5	Revisión de nomina		●			
6	Liquidación nomina					●

Fuente. Autores del proyecto

### Registro de ingresos

Proceso: Registro de ingresos

Objetivo: Tener un control diario de los ingresos recibidos para la empresa.

Alcance: Llevar un control de todos los ingresos.

Responsable: Auxiliar contable

Documentos relacionados:

Soportes de ingresos.

Registro de los ingresos

Condiciones:

Presentación de soportes

Cuadro 18. Registro de ingresos

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Recibir el dinero.					●
2	Elaborar el comprobante de ingresos.					●
3	Registrar el comprobante en los libros oficiales	●				
4	Presentar informe de ingresos					●
5	Archivar los soportes				●	

Fuente. Autores del proyecto

### Conciliación bancaria

Proceso: Conciliación bancaria

Objetivo: Tener un control diario de las entradas y salidas en la cuenta de bancos

Alcance: Verificar diariamente las consignaciones y transferencias efectuadas por la Fundación.

Responsable: Auxiliar contable

Documentos relacionados:

Conciliaciones

Notas debito

Notas crédito

Gastos bancarios

Proceso

Condiciones:

No debe existir partidas conciliadoras con una antigüedad mayor a dos meses

Todo debito debe estar efectuado por el banco

Todas las conciliaciones deben ser confirmadas según la cuenta de la empresa

Toda la salida de dinero debe estar verificado y firmado por la persona autorizada

Cuadro 19. Conciliación bancaria

No.	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Verificar los extractos del mes anterior					●
2	Impresión de listado	●				
3	Comparación del listado y las extractos		●			
4	Detectar diferencias		●			
5	Identificar partidas		●			
6	Analizar cheque devueltos y consignaciones		●			
7	Realizar conciliaciones					●

Fuente. Autores del proyecto

### Manejo de activos

Proceso: Manejo de activos

Objetivo: Crear mecanismos para el registro y control de los activos fijos describiendo sus características, su costo, localización, con el fin de mantener actualizado el inventario de los activos fijos.

Alcance: Desde la adquisición, mantenimiento y depreciación de los activos

Responsable: Representante legal

Documentos relacionados:

Activos fijos

Bienes

Depreciación

Condiciones:

Registro de los activos fijos debe llevarse en una AZ, donde se tenga factura de compra del activo fijo

Registro de activos fijos

Cuadro. 20. Manejo de activos

No. Actividad	Actividades	Transporte 	Inspección 	Demora 	Archivo 	Operación 
1	Necesidad de un activo fijo		●			
2	Formato de activo fijo					●
3	Autorización para la compra	●				●
4	Contabilización de facturas	●				
5	Calculo de depreciación					●
6	Se entrega activo con formulario					●
7	Elaboración de comprobante de egreso					●
8	Verificación y autorización		●			
9	pago					●

Fuente. Autores del proyecto

**4.4 ESTABLECER POR QUE EN LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO NO SE REFLEJA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.**

A nivel regional se ha evidenciado que en los estados financieros no se refleja la responsabilidad social, se podría decir que por falta de capacitación en el tema, por lo que se debe decir que existen algunos criterios para el reconocimiento e inclusión de la Responsabilidad Social (RS) en la información financiera de las entidades, que cumpla con la finalidad de informar a los grupos de interés y usuarios tanto internos como externos a dicha información, sobre el impacto de sus prácticas de RS.

El propósito de la información financiera consiste en proporcionar información relevante sobre las actividades económicas de las entidades para la toma de decisiones, en este

sentido, la RS se ha convertido en las últimas décadas en una nueva forma de gestión de las organizaciones, que implica la necesidad de comunicar a los usuarios sobre la información financiera de los impactos económico, social y ambiental que se derivan de ello. Los hallazgos encontrados en la literatura y normatividad contable muestran que todavía no se ha dado una respuesta concreta sobre la incorporación de la RS a la información financiera; los avances muestran solamente Reportes de Sustentabilidad, Balance Social, entre otros. Por lo tanto, existe un desafío para la profesión contable cuya investigación se dirija hacia la inclusión de la RS en la información financiera o construcción de un estado financiero que revele específicamente tal situación.

En los últimos años las empresas han ido adoptando de manera voluntaria la generación y presentación de informes de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un complemento de la información financiera, que reporta su impacto ambiental y social conjuntamente con el desempeño financiero, pese a que no existe una homologación para ello. Sin embargo, los inversionistas toman en cuenta esta información al momento de decidir el destino de sus inversiones.<sup>36</sup>

De otra parte se argumentan que la contabilidad financiera y gerencial deben transformarse para dar cuenta de la RSE, de las necesidades del entorno, donde los participantes directos o indirectos en la gestión empresarial tengan información que ayude a mejorar la comprensión de la realidad y la deliberación pública sobre los efectos sociales esperados de las empresas.

Es justamente esta necesidad de informar sobre las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones, lo que ha permitido el desarrollo de instrumentos como Reportes de Sustentabilidad, Balance Social, entre otros; que muestran resultados sobre la gestión en materia económica, social y ambiental; pero que no permiten de una manera objetiva cuantificar y cualificar la RSE en términos financieros. Ante esta situación, el objetivo de esta revisión teórica, consiste en establecer algunos criterios para la inclusión de los efectos de la RS en la información financiera de las entidades, desde la perspectiva contable, de forma cuantitativa y cualitativa, que cumpla con la finalidad de informar a las partes interesadas o grupos de interés y usuarios tanto internos como externos de dicha información, sobre el impacto de sus prácticas de RS, a través de los estados financieros.

La exploración que ha realizado la profesión contable para la inclusión de la RS en la información financiera de las entidades, sirve de base para su identificación, evaluación y presentación en los estados financieros de las organizaciones desde una óptica teórica con apego a la norma contable.

El principal enfoque de esta revisión consistirá en las posturas teóricas y normativas para la producción de información financiera, como una herramienta de comunicación de las prácticas de RS de las organizaciones, que contribuya a una mejor toma de decisiones. Por

---

<sup>36</sup> SAAVEDRA GARCÍA, María L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las Finanzas. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle, núm. 46, vol. 27, p 39

lo que con cada uno de los reportes propios de la empresa se hará una descripción de cómo la RS queda implícita en el informe si se da con la veracidad que requiere el instrumento generado económicamente. De esta forma las limitaciones de la investigación radican en su exposición teórica que posteriormente se traduzca en una incorporación de la RS a la información financiera mediante la práctica contable.

Actualmente las organizaciones enfrentan una demanda social respecto de las expectativas de su desempeño económico, social y ambiental que se traduce como responsabilidad social; lo que significa una nueva forma de gestión en donde la organización vaya más allá del cumplimiento legal y económico, y participe de manera voluntaria con el desarrollo social y ambiental del entorno donde interviene. Ello implica que el éxito de las organizaciones, empresas, instituciones o corporaciones en general ya no depende única y exclusivamente de la calidad del producto o servicio en sí mismo, sino que es imperativo buscar nuevas herramientas estratégicas de inversión en activos intangibles e inversión social y ambiental para dar cumplimiento a los objetivos organizacionales; tal es el caso de la Responsabilidad Social, y desde luego la comunicación de resultados a través de la información financiera que es vital en cualquier organismo social.

La Responsabilidad Social como lo ilustran Alvarado y Schlesinger, en las últimas décadas, ha sido una manera de reconocer y nombrar el impacto de las acciones de las organizaciones en su dimensión económica, ética, ambiental, social y legal, así como las expectativas que la sociedad tiene de ellas. El concepto de RS se ha desarrollado desde su origen principalmente en el mundo empresarial, que estudia la relación entre los negocios y sociedad, más allá de la maximización de las utilidades o beneficios para los dueños o accionistas de la misma.<sup>37</sup>

La literatura reconoce como referente clásico a Carrol (1999) (citado en Alvarado y Schlesinger, 2008), quien propone un concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como las expectativas económicas, legales, éticas y voluntarias o filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones. Identifica cuatro dimensiones de la RSE:

- 1) Dimensión económica, se refiere a las expectativas que tiene la sociedad de que las empresas sean rentables y obtengan utilidades derivado de su eficiencia y eficacia por la producción y venta de bienes y servicios.
- 2) Dimensión legal, entendida como las expectativas de la sociedad de que las empresas alcancen sus objetivos económicos dentro del marco jurídico establecido.
- 3) Dimensión ética, referida a las expectativas que tiene la sociedad de que el comportamiento y las prácticas empresariales satisfagan ciertas normas éticas.

---

<sup>37</sup> ALVARADO, HERRERA Alejandro, Schlesinger, Díaz María Walesska (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. Revista estudios gerenciales Vol. 24 No. 108 julio-septiembre pp 37-59.

4) La dimensión discrecional o filantrópica, relativa a las expectativas de la sociedad de que las empresas se impliquen voluntariamente en roles o actividades de carácter social.

Como se puede observar, la visión de Carrol contempla que además del cumplimiento económico de generar utilidades por parte de las empresas, éstas deben involucrarse en cuestiones sociales y actúen dentro del marco legal y ético. Sin embargo, la postura filantrópica que plantean, actualmente no corresponde con la concepción de RS; (ya quedó atrás la función caritativa y paternalista de la empresa), ahora la RS implica desarrollo y queda claro que no es filantropía.

A partir de la década de los noventa se desarrollaron diversos estándares y sistemas de medición del comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, especialmente en lo que tiene que ver con la generación de reportes anuales que permiten rendir cuentas a la sociedad, respecto de las acciones que las organizaciones emprenden enmarcadas en el concepto de la responsabilidad social.<sup>38</sup>

El balance social es un instrumento de la auditoría social que permite medir el impacto social de las actividades emprendidas por las organizaciones como parte de sus proyectos de responsabilidad social, a fin de poder mostrar en términos cuantitativos y cualitativos de los resultados obtenidos (activos y pasivos) en su gestión social para un período de tiempo determinado y de acuerdo a los objetivos previamente establecidos. Comprende la dimensión económica, ambiental y social de las organizaciones. Este instrumento ofrece un balance de los resultados que permita dar a conocer los recursos puestos a disposición de las iniciativas sociales y logros alcanzados.

**Normatividad Contable.** La Contabilidad es definida según las Normas de Información Financiera 2012 (NIF's) en la NIF A-1 párrafo tres, como: “técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera. Las operaciones que afectan económicamente a una entidad incluyen las transacciones, transformaciones internas y otros eventos”.

Esta definición, incluye las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, donde precisamente la RS se visualiza como un fenómeno económico y social susceptible de producir información financiera.

La información financiera que emana de la contabilidad se presenta a través de los estados financieros, para proveer información necesaria a los tomadores de decisiones de la entidad.

La necesidad de los usuarios de la información financiera se encuentra establecida la NIF A-3, que a propósito de la RS, explica en su párrafo 15 que el usuario de la información financiera, evalúa cada vez con mayor frecuencia, el grado en que la entidad satisface su

---

<sup>38</sup> ARROYO, Gonzalo y SUÁREZ, Andrés (2006). Responsabilidad Social Corporativa: Una mirada Global, Santiago de Chile: Universidad Alberto Hurtado.

responsabilidad social. La entidad, por consiguiente, adquiere con mayor medida un compromiso ante la sociedad de atender el bienestar de la comunidad; en congruencia con Rueda y Uribe (2011), quienes proponen que más allá de la RSE tradicional, ser responsable significa que esta declaración debe ir acompañada de información contable, financiera y gerencial de tipo cuantitativo y cualitativo, monetaria y no monetaria, social, ambiental y financiera; que permita al público en general y a los actores socioeconómicos interesados, no solo determinar si efectivamente ha sido responsable sino facilitar la toma de decisiones correspondiente.<sup>39</sup>

Argumenta esta NIF A-3 en sus párrafos 13 y 14 que cualquier usuario general de la información financiera de una entidad, comparte un interés común en la información acerca de la efectividad y eficiencia de las actividades de la entidad y de su capacidad para seguir operando. Por ende la información financiera debe ser útil a una gama amplia de usuarios para la toma de decisiones. Por lo tanto la información financiera es una fuente primordial y muchas veces única para el usuario general de la misma, al respecto el emisor debe realizar una identificación de los intereses comunes de los distintos usuarios de la información financiera, de manera tal que sirva de base para su toma de decisiones.

En este sentido, las prácticas de Responsabilidad Social de las entidades económicas, deben quedar reflejadas en su información financiera, tanto cuantitativa como cualitativamente. La normatividad contable todavía no reconoce este concepto dentro de los estados financieros de manera cuantitativa, sin embargo, al amparo de la NIF A-4, se puede presentar información cualitativa de las entidades económicas mediante las notas a los estados financieros. Reitera la NIF A-1 que la información financiera debe mostrar adecuadamente información que sea útil a los tomadores de decisiones.

Esta información cualitativa referente a confiabilidad, utilidad de la información financiera, relevancia, comprensibilidad y comparabilidad, permiten al usuario de la misma tener una visión más integral sobre el comportamiento financiero y social de la organización y asegurar el cumplimiento de los objetivos de los estados financieros.

De esta forma, la contabilidad se puede convertir en una disciplina que aporte información sobre los resultados de la gestión económica a la sociedad en su conjunto para facilitar la construcción de acuerdos sociales, a través de una deliberación entre actores más y mejor informados gracias a una información contable ampliada a lo social; ya que por medio de la contabilidad y sus reportes financieros las empresas y la gerencia crean una imagen de rentabilidad o RS con fines particulares, como aumentar el precio de las acciones o atraer más y mejores inversionistas, además de hacerlas más competitivas en el mercado.

---

<sup>39</sup> RUEDA DELGADO, Gabriel y Uribe Bohórquez, María Victoria (2011). Aportes de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con la necesidades de la sociedad. Una mirada crítica. Cuadernos de administración. Bogotá Colombia, núm. 24, vol. 43, p 241-260.

Derivado de ello, la tendencia mundial indica que cada vez son más las empresas que integran su informe anual y de contabilidad con el de sostenibilidad, esto permite reportar el impacto ambiental y social conjuntamente con el desempeño financiero de las entidades.

Ante esta situación, se vislumbra un desafío para la profesión contable que debe encontrar el desarrollo de instrumentos metodológicos que sean aptos para considerar fenómenos económicos, sociales y ambientales, que den como resultado una contabilidad con visión social vinculada a la responsabilidad social.

Balance general de una organización que realiza prácticas de responsabilidad social.

Cuadro 21. Modelo de balance de responsabilidad social.<sup>40</sup>

<p><b>ACTIVO</b></p> <p><b>Circulante</b></p> <p><b>No circulante</b>          Responsabilidad social          Desarrollo comunitario          Medio ambiente          Desarrollo de clientes          Programa con proveedores          Desarrollo del personal interno</p>	<p><b>PASIVO</b></p> <p>Pasivo social</p>
	<p><b>PATRIMONIO</b></p> <p>Inversión en responsabilidad social</p>

Fuente: FUNDACIÓN UNIVERSITARIA AMIGÓ.

El esquema muestra en el lado de los activos la inversión que realizan las empresas y organizaciones en responsabilidad social determinada por un presupuesto; del lado de los pasivos, se presentan las inversiones pendientes de realizar en materia de responsabilidad social, comprometidas por la organización. En la parte del capital se reconoce la inversión que se realiza en prácticas de responsabilidad social.

El planteamiento de la RS propone que una empresa que quiera ser competitiva en el futuro, no sólo debe pensar en conseguir beneficios económicos, sino que además tendrá que conciliar su labor productiva con políticas que actúen en beneficio de la comunidad donde interviene, basándose en principios de respeto a los derechos humanos, al medio ambiente y a la sociedad en general, en virtud de las demandas sociales y expectativas que se tienen de las organizaciones y entidades económicas.

<sup>40</sup> FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO. Normas Internacionales. [En línea] (12 Noviembre de 2014), disponible en <<http://www.funlam.edu.co/>> p 1

La disciplina contable debe contribuir al aumento de la RS a través de la estructuración de sistemas de información contable que permitan efectuar un seguimiento adecuado del manejo de los recursos y de los impactos económicos, sociales y ambientales de las organizaciones tanto interna como externamente, que requiere la participación activa de los contadores, para satisfacer las demandas sociales de información de los grupos interesados en las organizaciones.

La normatividad contable a través de las NIF A-3, ya reconoce de inicio que el usuario de la información financiera, cada vez con mayor frecuencia evalúa, el grado en que la entidad satisface su responsabilidad social. La entidad, por consiguiente, adquiere con mayor medida un compromiso ante la sociedad de atender el bienestar de la comunidad. Esto representa una nueva tendencia hacia la producción de información financiera donde se incluya la RS como un evento económico y social identificable y cuantificable que forme parte de la información financiera de la entidad.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> PÉREZ PINEDA, Jorge A. et al (2011). La responsabilidad social mexicana, actores y temas. México. Cooperación Internacional 15-28.

#### 4.5 ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOLIDARIO EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA.

Cuadro 22. Plan de acción

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	METAS	ACTIVIDADES	POLÍTICAS	INDICADOR
Motivar a los representantes legales, para que asistan a capacitaciones sobre responsabilidad social.	Aprovechar la disposición del personal para ser capacitado, y así fortalecer y adquirir nuevos conocimientos que ayuden a ser más eficientes e incrementar el desarrollo organizacional.	Lograr en corto tiempo la eficiencia y eficacia del todo el personal vinculado con la entidad.	-Prestación de servicio de calidad. -Hacer seguimiento y evaluar las labores.	Eficiencia y eficacia en la labor realizada a la comunidad	Número de representantes legales / número de capacitaciones
Dar a conocer a la comunidad los beneficios de la responsabilidad social.	Sensibilizar a la comunidad, en temas solidarios	Lograr que la totalidad de la comunidad conozca los beneficios y oportunidades de la responsabilidad social	-Elaboración de folletos -Implementación de publicidad	Eficiencia y eficacia en las labores realizadas	Número de habitantes/Número de folletos entregados.
Ofrecer servicios de excelente calidad	Realizar campañas de publicidad para dar a conocer los servicios	Dar a conocer los servicios a toda la comunidad	-Diseño de campañas publicitarias	Eficiencia en los servicios ofrecidos	Número de usuarios/Número de quejas

Fuente. Autores del proyecto

## 5. CONCLUSIONES

A través del diagnóstico situacional y la matriz DOFA aplicada a las empresas sin ánimo de lucro, se tienen la posibilidad de conocer su responsabilidad social, como también las fortalezas y oportunidades, lo cual la hace ser fuerte, aunque no se puede desconocer que también poseen debilidades y amenazas las cuales se deben contrarrestar con estrategias que ayuden a superar dichas dificultades.

Se puede decir que el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma, como también se conoce a fondo todos los aspectos que rodean al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, punto no menor si se trata de elaborar una estrategia de desarrollo consistente que permita a las empresas abordar de manera efectiva las distintas áreas del concepto, teniendo en cuenta lo anterior se puede determinar que el sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de economía regional.

Con el fin de mejorar los procedimientos contables y financieros, al igual que mejorar la rentabilidad de la empresa del sector solidario, se propuso un manual de procedimientos contables y financiero diseñado mediante flujogramas permite al personal encargado de realizar las actividades correspondientes a su cargo contar con los parámetros necesarios para ejecutarlas adecuadamente.

Teniendo en cuenta los estados financieros de las empresas del sector solidario, se determino el reflejo de la responsabilidad social, con lo que se pudo determinar que en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander no se refleja la responsabilidad social, lo cual es obligatorio según la nueva Reforma Tributaria.

El plan de acción permite conocer las estrategias viables a implementar en la empresa, al igual que las metas, y los logros que se pretenden alcanzar al hacer dicha herramienta.

## **6. RECOMENDACIONES**

Se debe realizar continuamente un diagnóstico de la responsabilidad social empresarial, a través de la matriz DOFA, con el fin de lograr corregir las falencias presentadas en las empresas sin ánimo de lucro y con ello lograr el objeto social planteado inicialmente.

Al tener en cuenta la responsabilidad social, en las diferentes empresas están tienen la oportunidad de invertir en la comunidad, generando empleos, recuperando jóvenes y mejorando la calidad de vida de los habitantes de la región, lo que traerá en la comunidad un adecuado impacto social, generando un buen nombre.

Dar a conocer el manual de procedimientos contables y financieros elaborado, con el fin de evitar la duplicidad de las funciones y que estas a su vez se ejecuten adecuadamente.

Es necesario implementar por parte de las entidades que tengan esta función, campañas orientando a los diferentes representantes legales y contadores, sobre la importancia de establecer la responsabilidad social en los estados financieros. Ya que se puede decir que la responsabilidad social no es reflejada en los estados financieros por el desconocimiento evidentes en los encuestados.

Se debe tener en cuenta las estrategias diseñadas en el plan de acción, para mejorar la situación de la responsabilidad social en la población de Ocaña, Norte de Santander y especialmente en las empresas sin ánimo de lucro.

## BIBLIOGRAFÍA

ARAUJO IBARRA, Consultores de negocios internacionales. Integración de la responsabilidad social empresarial como mecanismo de adaptación a las nuevas exigencias del mercado. 2009 cited 03 nov. 2009. Bogotá, Colombia

AVENDAÑO PRADO, NELCY - GUERRERO GUERRERO, ELIZET. Diagnóstico para determinar el grado de responsabilidad social empresarial del canal comunitario TV san Jorge, de la ciudad de Ocaña. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2014

CASSANO Daniel, Las Fundaciones Comunitarias y el financiamiento solidario de las organizaciones sociales y sus proyectos: Una mirada desde el sur, Fundación SES, Buenos Aires, 2008. P 32

CATÁCORRA, F. Sistemas y Procedimientos Contables. Primera Edición. Editorial McGraw/Hill. Caracas Venezuela. 1996. p 15

CORREA. María Emilia (2004). Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Ley 79 de 1998, Por la cual se actualiza la legislación cooperativa, 1998, p.3.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Edición Cupido. 2010. P 12

CONTRERAS NAVARRO, OMAIRA TORCOROMA - GALVIS MENESES, EDER LEONARDO. Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la cooperativa de ahorro y crédito Crediservir oficina Ocaña, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2011.

DAVID, Fred R. Conceptos de administración estratégica. 5 ed. Bogotá. Pearson educación 1997. P 38.

FEDERACIÓN COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE VENEZUELA. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Venezuela. Editorial Mc Graw Hill, 1994. p 7

FERNÁNDEZ L., Liliana E. y Barbei, Alejandro A. (2006). La Medición en Contabilidad: Un Análisis de sus Elementos y Limitaciones. Actualidad Contable FACES año 9 núm. 12, pp 75-84.

Fuente CÁMARA DE COMERCIO DE OCAÑA. 2014

HERRERA, Alvarado, Alejandro, Schlesinger, Díaz María Walesska (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. Revista estudios gerenciales Vol. 24 No. 108 julio-septiembre pp 37-59.

MAYA LOPEZ, ANDRES FABIAN - GUERRERO DURAN, GUIDO ALFONSO, diagnóstico para determinar la responsabilidad social empresarial dirigida a la gerencia, clientes y trabajadores de Cootransunidos Ltda Ocaña. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2011

PINZON NAVAS, MAYULY. Diagnóstico para determinar la responsabilidad social, desde la gerencia de la empresa Cootransurbanos Ltda. De Ocaña. Universidad Francisco de Paula Santander. 2013

RAMÍREZ ACOSTA, José Ignacio. Administración de las empresas colombianas. Bogotá. Talleres S.A., 2001. P.28

RIZO SANGUINO, CRISTIAN LEONARDO - AREVALO CARVAJAL, CAROLINA. Diagnóstico para determinar la responsabilidad social de la cooperativa única de transportadores de servicio urbano de Ocaña, Cootransurbanos Ltda., enfocado a trabajadores directos e indirectos y competencia. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2013.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

AZNAR LÓPEZ, José María. Ley 50 de 2002. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2006. s.n. s.l. 12 de abril de 2006. 12 de abril de 2006. [Citado el 12 de Diciembre de 2012]. s.n. Disponible en Internet En: <[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/150-2002.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/150-2002.html)> p. 1 de 5.

MUJERES DE EMPRESA. Glosario de términos contables. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2009. s.n. s.l. Febrero de 2009. Febrero de 2009. [Citado el 15 de Diciembre de 2012]. Disponible en Internet En: <<http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/090305-glosario-contabilidad.asp>> p. 1 de 15.

MIRA, Juan Carlos. El control fiscal en Colombia, Bogotá, Universidad Pontificia Javeriana, 2001, p 162 [En línea]. [Citado el 29 Octubre de 2012]. Disponible en internet <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis03.pdf>>

NACIÓN VISIBLE. Aspectos jurídicos de una fundación. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2005. s.n. s.l. 12 de abril de 2005. 12 de abril de 2005. [Citado el 12 de Diciembre de 2012]. s.n. Disponible en Internet En: <<http://www.nacionvisible.org/esal-01.htm>> p. 1 de 15.

PORTAFOLIO.COM. Empresas del país han contribuido en mejoramiento de la sociedad, en últimos 30 años, señala el CCRE. online., 2009 cited 02 nov. 2009. Bogotá, Colombia. [http://www.portafolio.com.co/rsocial\\_portafolio/](http://www.portafolio.com.co/rsocial_portafolio/)

# **ANEXOS**

Anexo A. Encuesta dirigida a los representantes legales de las empresas sin ánimo de lucro.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
CONTADURÍA PÚBLICA

Objetivo: Identificar variables de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas sin ánimo de lucro.

GRACIAS POR1. ¿Tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

SI \_\_\_ NO \_\_\_ POR QUÉ? \_\_\_\_\_

2. ¿Qué proyecciones económicas tiene la empresa?

Oferta de nuevos servicios \_\_\_\_\_

Inversión de tecnología de punta \_\_\_\_\_

Otras \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

3. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos?

Generación de fuentes de trabajo \_\_\_\_\_

Optimización de los productos ofrecidos \_\_\_\_\_

4. ¿Se cuenta con estrategias para su desarrollo y crecimiento?

SÍ \_\_\_ NO \_\_\_ ¿CUÁLES? \_\_\_\_\_

5. ¿Considera necesarias las estrategias antes mencionadas?

SI \_\_\_ NO \_\_\_ ¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

6. ¿Qué beneficios sociales y económicos ha otorgado a la comunidad a la cual ofrece sus productos?

Generación de fuentes de trabajo \_\_\_\_\_

Gestión comunitaria\_\_\_\_\_

Productos de calidad\_\_\_\_\_

Otras \_\_\_\_\_¿Cuáles?\_\_\_\_\_

7. ¿Cuántos empleados tiene contratados actualmente?

\_\_\_\_\_

8. ¿Que forma de contratación utiliza?

\_\_\_\_\_

9. ¿Considera que los empleados conocen la Jerarquía Institucional de la empresa?

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

10. ¿Que beneficios sociales existen en la empresa?

\_\_\_\_\_

11. ¿Qué estrategia de mejoramiento existen para el área contable y Financiera?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12. ¿El área contable con que herramientas de trabajo cuenta (libros y sistemas contables)?

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

13. ¿En los estados financieros usted refleja la responsabilidad social?

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

14. ¿En la empresa usted invierte en la responsabilidad social?

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

15. ¿Para usted es importante la responsabilidad social?

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

16. ¿Que estrategias utiliza sobre responsabilidad social?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

---

---

17. ¿Qué fortalezas considera que posee la responsabilidad social en su empresa?

---

---

---

---

---

18. ¿Qué debilidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa?

---

---

---

---

---

19. ¿Qué amenazas considera que posee la responsabilidad social en su empresa?

---

---

---

---

---

20. ¿Qué oportunidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa?

---

---

---

---

---

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN