	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADÉMICO		1(140)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MAICOL ANDRÉS ARÉVALO PICÓN ANDREA FERNANDA TORRES ZUÑIGA		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURÍA PÚBLICA		
DIRECTOR	CARLOS ASDRUBAL BAYONA URIBE		
TÍTULO DE LA TESIS	PROPUESTA DE MODELO DE BALANCE SOCIAL E INDICADORES DE GESTIÓN, PARA LA MEDICIÓN DEL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA CLÍNICA VETERINARIA SAN AGUSTÍN, DE LA CIUDAD DE OCAÑA		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>TENIENDO EN CUENTA EL ALCANCE Y EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS EN LA SOCIEDAD, CON ESTE TRABAJO SE PROPONE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL E INDICADORES DE GESTIÓN, PARA LA MEDICIÓN DEL GRADO DE RSE DE LA CLÍNICA VETERINARIA SAN AGUSTÍN, QUE PERMITA FORTALECER LA GESTIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE LA FORMULACIÓN DE UN PLAN ECONÓMICO Y AMBIENTAL, PROPONIENDO EL ESQUEMA DE DESARROLLO AL APOORTE SOCIAL DE LA EMPRESA, EN TORNO A SUS GRUPOS DE INTERÉS.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 140	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 28	CD-ROM: 1



PROPUESTA DE MODELO DE BALANCE SOCIAL E INDICADORES DE GESTIÓN,
PARA LA MEDICIÓN DEL GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
DE LA CLÍNICA VETERINARIA SAN AGUSTÍN, DE LA CIUDAD DE OCAÑA

AUTORES:

MAICOL ANDRÉS ARÉVALO PICÓN

ANDREA FERNANDA TORRES ZUÑIGA

Proyecto de Grado para Optar al Título de Contador Público

Director

CARLOS ASDRUBAL BAYONA URIBE

Contador Público

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CONTADURÍA PÚBLICA

Ocaña, Colombia

agosto de 2016

Índice

pág.

Capítulo 1. Propuesta de Modelo de Balance Social e Indicadores de Gestión, para la Medición del Grado de Responsabilidad Social Empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la Ciudad de Ocaña	1
1.1 Descripción del Problema	1
1.2 Formulación del Problema	3
1.3 Objetivos	3
1.3.1 General.	3
1.3.2 Específicos.	3
1.4 Justificación	4
1.5 Delimitación	5
1.5.1 Conceptual.	5
1.5.2 Operativa..	5
1.5.3 Temporal.	6
1.5.4 Geográfica.	6
 Capítulo 2. Marco Referencial	 7
2.1 Marco Histórico	7
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional.	7
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional.	12
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.	16
2.2 Marco Conceptual	19
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial	19
2.2.2. Responsabilidad Social Corporativa	19
2.2.3 Ventajas de la Responsabilidad Social para la Empresa	19
2.2.4 Como se es Socialmente Responsable	21
2.2.5 Balance Social..	25
2.2.6 Indicadores de gestión.	34
2.2.7 Temática sobre veterinaria.	37
2.3 Marco Teórico	38

2.3.1 La teoría de los grupos de interés.	38
2.3.2 Teoría de los stakeholders.	41
2.3.3 La teoría de la legitimación.	43
2.3.4 Teoría de la actuación social de la empresa.	45
2.4 Marco Legal	46
2.4.1. Constitución Política de Colombia.	46
2.4.2. ISO 26000.	49
2.4.3 Ley 1480 de 2011.	51
2.4.4 Ley 70 de 2010.	51
2.4.6 Norma SA-8000.	54
2.4.7 Norma ISO 14001.	55
Capítulo 3: Diseño Metodológico	56
3.1 Tipo de Investigación	56
3.2 Población	57
3.3 Muestra	57
3.4 Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información	58
3.4.1 Técnicas de Recolección de Información.	58
3.5 Análisis de la Información	59
Capítulo 4: Presentación de Resultados	60
4.1 Realizar el diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental	60
4.1.1 Capacidad Normativa.	90
4.1.2 Capacidad Operacional.	91
4.1.3 Capacidad Económica.	91
4.1.4 Capacidad Social.	92
4.1.5 Capacidad Ambiental.	93
4.2 Establecer los indicadores de gestión de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña.	93
4.2.1 Indicador de calidad del servicio..	94
4.2.2 Indicador de efectividad.	94
4.2.3 Indicador de entrada.	95
4.2.4 Indicador de sociabilidad.	95

4.3 Formular el plan económico, definiendo de forma general los recursos requeridos para la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.	98
4.3.1 Plan de Inversiones.	98
4.3.2 Financiación.	98
4.3.3 Previsión de Pérdidas y Ganancias.	99
4.3.4 Previsión del Balance de Situación.	99
4.3.5 Análisis del Punto de Equilibrio.	100
4.4 Proponer el esquema de aporte al desarrollo social, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer de la clínica veterinaria con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad	101
4.5 Formular una propuesta ambiental, identificando los aspectos de impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible	103
4.5.1 Propuesta ambiental.	105
4.5.2 Estructura y guía del plan de manejo ambiental.	108
Capítulo 5: Conclusiones	112
Capítulo 6: Recomendaciones	114
Referencias	115
Apéndice	118

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Comunicación de la empresa sobre la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos	60
Tabla 2. Trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización	61
Tabla 3. Efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales	62
Tabla 4. Se cuenta con una política que explicita el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes	63
Tabla 5. Existencia de un procedimiento formal para conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores	64
Tabla 6. Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	65
Tabla 7. Existen garantías sobre sus productos o servicios de forma transparente y sin letra “pequeña”	66
Tabla 8. Se cuenta con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	67
Tabla 9. Evaluación a los clientes existentes o nuevos con base en criterios RSE	68
Tabla 10. Consideración de los conocimientos de RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato	69
Tabla 11. Organigrama especificado con el departamento o persona encargada del área de RSE	70
Tabla 12. Fácil acceso para la participación del personal	71
Tabla 13. Realización de reuniones de información/comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa	72
Tabla 14. Fomento por parte de la empresa de igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores	73
Tabla 15. Existencia de un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo	74
Tabla 16. Lugar de trabajo debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias	75
Tabla 17. Realización de encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y aplicación de planes de mejora	76
Tabla 18. Salarios justos y equivalentes comparándolos con otras empresas del sector	77
Tabla 19. Actuación profesional en los procesos de salida de los trabajadores (sea involuntaria o voluntaria)	78
Tabla 20. Informe anual (público) sobre el medio ambiente	79
Tabla 21. Certificación del informe anual ambiental por un profesional independiente en caso de tener la posibilidad de ponerlo en marcha	80
Tabla 22. Existencia de sistema de gestión ambiental vigente	81
Tabla 23. Existencia de un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo	82

Tabla 24. Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	83
Tabla 25. Se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía	84
Tabla 26. Relación con entidades que participen en actividades antisociales	85
Tabla 27. Mecanismos para resolver conflictos con los grupos de interés son legítimos y accesibles	86
Tabla 28. Respeto de los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos	87
Tabla 29. Honorarios	106
Tabla 30. Requerimiento físico	107
Tabla 31. Estimativos de costos anuales de manejo integral de residuos sólidos	107

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Comunicación de la empresa sobre la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos.	60
Figura 2. Trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización.	61
Figura 3. Efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales.	62
Figura 4. Se cuenta con una política que explicita el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes.	63
Figura 5. Existencia de un procedimiento formal para conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores	64
Figura 6. Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	65
Figura 7. Existen garantías sobre sus productos o servicios de forma transparente y sin letra “pequeña”.	66
Figura 8. Se cuenta con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	67
Figura 9. Evaluación a los clientes existentes o nuevos con base en criterios RSE	68
Figura 10. Consideración de los conocimientos de RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato	69
Figura 11. Organigrama especificado con el departamento o persona encargada del área de RSE	70
Figura 12. Fácil acceso para la participación del personal.	71
Figura 13. Realización de reuniones de información/comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa.	72
Figura 14. Fomento por parte de la empresa de igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores.	73
Figura 15. Existencia de un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo	74
Figura 16. Lugar de trabajo debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias.	75
Figura 17. Realización de encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y aplicación de planes de mejora.	76
Figura 18. Salarios justos y equivalentes comparándolos con otras empresas del sector	77
Figura 19. Actuación profesional en los procesos de salida de los trabajadores (sea involuntaria o voluntaria).	78
Figura 20 Informe anual (público) sobre el medio ambiente.	79
Figura 21. Certificación del informe anual ambiental por un profesional independiente en caso de tener la posibilidad de ponerlo en marcha.	80
Figura 22. Existencia de sistema de gestión ambiental vigente.	81
Figura 23. Existencia de un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo.	82

Figura 24. Se promueve el reciclado de insumos y otros productos.	83
Figura 25. Se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía.	84
Figura 26. Relación con entidades que participen en actividades antisociales.	85
Figura 27. Mecanismos para resolver conflictos con los grupos de interés son legítimos y accesibles.	86
Figura 28. Respeto de los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos.	87

Lista de apéndices

	Pág.
Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.	119
Apéndice B. Formato de encuesta dirigido a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.	120
Apéndice C. Formato de encuesta dirigida al representante legal y contador público de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.	122

Resumen

El presente es el informe final del trabajo de grado titulado: Propuesta de Modelo de Balance Social e Indicadores de Gestión, para la Medición del Grado de Responsabilidad Social Empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la Ciudad de Ocaña.

Para la ejecución del estudio, se desarrollaron los objetivos propuestos, que consistieron en: Realizar el diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental; establecer los indicadores de gestión de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña; formular el plan económico, definiendo de forma general los recursos requeridos para la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña; proponer el esquema de aporte al desarrollo social, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer de la clínica veterinaria con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad; y, formular una propuesta ambiental, identificando los aspectos de impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

El esquema metodológico estuvo enmarcado dentro de la investigación descriptiva, permitiendo con ella analizar la situación actual de responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, utilizando como técnica de recolección la encuesta, dirigida a los empleados y usuarios de la misma. Otra de las herramientas fue la entrevista, dirigida al representante legal de la empresa. Los resultados de éstas determinaron el punto de partida del

estudio, ya que permitió identificar y medir la responsabilidad social empresarial en la Clínica Veterinaria San Agustín.

Los resultados fueron satisfactorios, en cuanto que se desarrolló a cabalidad el estudio, obteniéndose que la empresa no cuenta con un compromiso de responsabilidad social con sus grupos de interés, mostrando así su preocupación por llegar a dar cumplimiento a la misma. Igualmente, se debe resaltar que el trabajo desarrollado es un aporte y orientación a la clínica, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo, conservar la fidelidad y aprecio con los clientes, confianza y transparencia en la comunidad. Para los autores del proyecto de investigación, la realización del estudio es una oportunidad para aplicar un importante compendio de conocimientos adquiridos durante la formación como Contadores Públicos y así ponerlos al servicio de la comunidad.

Introducción

El presente trabajo de investigación, tuvo como fin la realización de un proyecto de grado titulado: Propuesta de Modelo de Balance Social e Indicadores de Gestión, para la Medición del Grado de Responsabilidad Social Empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la Ciudad de Ocaña; el cual basa su importancia en la entrega de un documento que ayude a la empresa a conocer el valor social que tiene éste en su práctica dentro del marco comercial en donde se desempeña.

Para su elaboración, se desarrolló dentro del tiempo previsto para el mismo, un documento, el cual se basó en un marco referencial, el cual contiene un marco histórico que muestra una aproximación del nacimiento y evolución de la responsabilidad social empresarial, un marco teórico con el cual se basan los conocimientos para realizar el proyecto y un marco legal en el que se identifica la normatividad en que está inmersa la empresa.

Por otra parte en los capítulos siguientes se identifica la metodología que se utilizó para realizar el proyecto en mención, en el cual se define el tipo de investigación a utilizar como fue el descriptivo, la población objeto de estudio y los instrumentos de recolección de información utilizada.

En el cuarto capítulo se encuentran los resultados de los objetivos planteados, los cuales mediante las distintas actividades fueron desarrollados brindando a la clínica veterinaria, conocimientos acerca de la importancia de la responsabilidad social para la empresa.

Finalmente, se realizaron algunas recomendaciones, con la finalidad de que esta empresa tenga en cuenta el compromiso que tiene con el medio en temas de RSE, particularmente con los grupos de interés con los que interrelaciona.

1. Propuesta de Modelo de Balance Social e Indicadores de Gestión, para la Medición del Grado de Responsabilidad Social Empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la Ciudad de Ocaña

1.1 Descripción del Problema

La Responsabilidad Social Empresarial puede ser definida como una visión de negocios en la cual se incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto de éstas en su entorno social y natural. A su vez, es una herramienta que aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa. Las compañías tienen un rol económico esencial en el mundo escaso de valores, las empresas tienen la oportunidad de hacer su parte en la búsqueda de valores, de convertirse en empresas responsables socialmente. El significado de responsabilidad social repercute en la competitividad porque la productividad de una empresa no solo depende de sus ventajas técnicas, ahora son fundamentales el manejo ambiental, la identificación de los empleados con su organización, la estabilidad social de la comunidad en que se desarrolla y el respeto de los derechos del trabajador. (Cajiga, 2007)

La Clínica Veterinaria San Agustín, es una empresa que cuenta con servicios médicos, quirúrgicos, hospitalarios y de diagnóstico a animales. Esta empresa se encuentra ubicada en la calle 11 # 15-54 San Agustín, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, de propiedad del médico veterinario Carlos Alberto Bayona Bayona y con una planta de personal de nueve empleados distribuidos en las distintas áreas de la institución. Esta empresa se encuentra en la ciudad de Ocaña desde hace 15 años y el servicio es prestado por un grupo de personas capacitadas, mostrando una importante aceptación por parte de la comunidad.

Teniendo en cuenta la importancia de tal empresa para la ciudad de Ocaña, en lo relacionado con la atención a los animales de compañía y otros, así como en lo relacionado con la generación de empleo y demás beneficios de una empresa legalmente establecida, hasta el momento no ha realizado un estudio que permita identificar la incidencia social entre la comunidad de la ciudad de Ocaña, especialmente si se tiene en cuenta la clase de servicios ofrecidos, que en todo sentido pretenden el bienestar de los usuarios de los mismos; de esta manera, existe incertidumbre en cuanto a lo normativo, operacional, económico, social y ambiental.

La falta de un modelo de balance social e indicadores de gestión para la clínica veterinaria San Agustín, ocasionará incertidumbre en cuanto al manejo de la imagen corporativa e impacto social de esta empresa, ocasionando el alejamiento de oportunidades que el medio puede llegar a ofrecer a esta empresa, especialmente cuando la responsabilidad social empresarial (RSE) es un asunto que le atañe a todas las empresas en la actualidad.

1.2 Formulación del Problema

¿La propuesta de un modelo de balance social e indicadores de gestión para la medición del grado de responsabilidad social empresarial, traerá beneficios para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Proponer un modelo de balance social e indicadores de gestión para la medición del grado de responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña, N.S.

1.3.2 Específicos. Realizar el diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental.

Establecer los indicadores de gestión de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña.

Formular el plan económico, definiendo de forma general los recursos requeridos para la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

Proponer el esquema de aporte al desarrollo social, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer de la clínica veterinaria con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

Formular una propuesta ambiental, identificando los aspectos de impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

1.4 Justificación

La responsabilidad social empresarial (RSE) es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. (Argandoña, 2008)

La conciencia de una Responsabilidad Social Empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre este. La empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran espíritu de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la

ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo. (Escobar, 2010)

Con la formulación del presente modelo se pretende que la Clínica Veterinaria San Agustín, se perfile hacia un mayor compromiso de los trabajadores, para con los objetivos y la misión de la empresa, para incrementar la productividad, buenas relaciones con las instituciones, que garanticen el normal ejercicio de sus operaciones y mantener un medio ambiente limpio, implementando procesos de tratamiento de residuos y que permitan la reutilización de éstos; con la finalidad de optimizar la utilización de los insumos y la reducción de los desperdicios, todo esto con el objetivo de mejorar las utilidades de la empresa y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

1.5 Delimitación

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: Balance social, indicadores de gestión, responsabilidad social empresarial y temática sobre clínica veterinaria.

1.5.2 Operativa. Este trabajo se realizará de acuerdo a la información suministrada por las personas encuestadas y por la disposición de los directivos y empleados de la Clínica Veterinaria San Agustín.

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

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en las instalaciones de la Clínica Veterinaria San Agustín, ubicada en la Calle 11 15-54, de 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. 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. (Cajiga, 2007, pág. 7)

La Responsabilidad Social Empresarial, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en 50's y 60's y se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso se devolver a la sociedad dichos beneficios. Las empresas creen riqueza o no, en el uso o no de un factor productivo, por lo tanto deben ser responsables de ello, por consiguiente deben ir más allá de la generación de trabajo, riqueza para los dueños del recurso financiero, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentra enclavada.

La importancia y el interés por la RSE no es nuevo, desde mediados del siglo XX se consideraba que “las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisions “Howard Bowen en “Social Responsibilities of the Businessman”. Harper New York. 1953.

De tal forma que la Responsabilidad Social Empresarial ya no es discurso filosófico - en la década de los 60's – sino que es parte de la gestión empresarial en la década de 70, por consiguiente en los 80's lleva a la conformación de un contexto socialmente responsable y a la dirección estratégica por medio de la teoría de los stakeholders o grupos de interés que rodean a la organización en su devenir comercial. (Cajiga, 2007, pág. 7)

Uno de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) vino de manera objetiva de la iniciativa del “Pacto Global” (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, el Señor Kofi Annan, en el FORO ECONOMICO MUNDIAL, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999.

La perspectiva teleológica del Pacto Global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de:

Derechos Humanos

Normas Laborales

Medio Ambiente

Lucha contra la corrupción

En su fase operacional su finalidad es posibilitar a todos los pueblos del mundo compartir y acceder a los beneficios de la globalización de la economía e inyectar en el libre mercado mundial valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas de los humanos. (Cajiga, 2007, pág. 8)

En tal sentido, éste se constituye en un instrumento de libre adhesión para empresas, Sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, que aplican los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones.

Los diez principios universales del Pacto Global se derivaron, básicamente, de:

La Declaración Universal de Derechos Humanos;

La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo;

La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Las iniciativas relacionadas con la Lucha Contra la Corrupción se originó en el Mensaje en la ceremonia inaugural de la Conferencia Política de Alto Nivel para la firma de la Convención de la Naciones Unidas Contra la Corrupción Mérida, México, 9 de diciembre de 2003 Pronunciado por el Sr. Hans Corell, Secretario General Adjunto para Asuntos Legales. (Cajiga, 2007, pág. 10)

Pacto Global se fundamenta en la búsqueda de manejo y solución de los problemas mundiales identificados en la Cumbre Mundial del Pacto de Naciones Unidas en Ginebra, Suiza, dichos problemas, entre otros, son:

La pobreza y el analfabetismo;

La crisis poblacional;

El conflicto global; y,

Los problemas del medio ambiente.

Para estos problemas es impostergable y esencial el compromiso real de implementarse la Responsabilidad Social Empresarial.

En la actualidad es menester ahondar en el debate recurrente e importantísimo sobre la mentalidad y comportamiento ético de las personas jurídicas y naturales involucradas en proceso económicos: Estado, Empresarios, Gerentes, Sindicatos, Empleados, Consumidores y Grupos de Interés.

La Responsabilidad Social Empresarial debe tener como referente el liderazgo estratégico, la cultura organizacional y el mercado, pero haciendo evidente su sensibilidad social y humana como parte de su esencia. Si el comportamiento empresarial es socialmente responsable es porque se incide, se permeabiliza y se evidencia en la sociedad una mayor equidad, una distribución de riqueza más justa y un mejoramiento de la calidad de vida de todos los humanos presentes en su entorno social. (Escobar, 2010, pág. 10)

La Responsabilidad Social y la Ética Empresarial deben mirarse, desde una perspectiva operacional, como la relación que debe existir entre empresas y gobierno en cuanto al cumplimiento de la normatividad internacional sobre los valores fundamentales que se desprenden de los cuatro ejes fundamentales y que posibilitaron que se erigieran los diez principios universales del Pacto Global. El fundamento ético de una buena gestión empresarial debe atravesar, como mínimo y desde una perspectiva operacional, los siguientes escenarios de actuación de toda empresa socialmente responsable, estos escenarios son:

El Normativo;

El Operativo;

El Económico;

El Social, y;

El Medio Ambiente.

2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional. 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. (Rojas, 2012)

El hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es hablar de un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado, como eje estratégico que con lleva competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo ni la actividad comercial a la que se dedique, y en la actualidad es una necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

Es tal su importancia que en Colombia, en el primer semestre del 2005 se llevaron a cabo cerca de 15 eventos donde la temática y problemática prioritaria era la Responsabilidad Social Empresarial, de ahí su categoría, eficacia y el beneficio que despierta y genera en todos los actores de la realidad nacional e internacional. Es por ello que día a día se toman decisiones gerenciales enfocadas hacia el desarrollo de la RSE, que están enfocadas hacia el axioma e

combinación de prácticas éticas y socialmente responsables a la gestión administrativa en todos sus campos de acción de la organización, que son necesarias en la generación de confianza en los nichos y segmentos de mercados en los cuales la organización hace presencia: esta actuación es asumir los resultados por aquello que se ha hecho, conocer el impacto de dichas actitudes, como también identificar los riesgos, debilidades, oportunidades y fortalezas que se presentan a una organización. (Rojas, 2012, pág. 8)

Colombia se adhirió al Pacto Global en el 2004 y en ésta materia es uno de los países más destacados en cuanto al número de empresas que se han incorporado a la Red de Actividades de Responsabilidad Social Empresarial; pues, a finales del 2008, 180 empresas colombianas se habían adherido al Pacto y más las compañías multinacionales el número que se registró fue de 450 compañías que integraban la red de responsabilidad social en Colombia. Esta dinámica del auge que ha tenido el Pacto en Colombia, lo corrobora la encuesta sobre Mejores Prácticas Corporativas (MPC) en las empresas colombianas que llevó a cabo y publicó la Superfinanciera en septiembre de 2008 siendo altamente significativo porque “evidencia el positivo trabajo que han hecho en este sentido las compañías inscritas en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC).

El campo de la RSE, no es exclusivo de las organizaciones productivas, también hace parte de la misión, visión de las instituciones educativas, las cuales son motores impulsores de este tema debido que hace parte de una de sus funciones sustantivas como lo es la extensión. (Rojas, 2012, pág. 9)

En Colombia se ha venido implementando la Responsabilidad Social Empresarial mediante un proceso que se puede caracterizar en tres momentos que precisan la evolución de la

RSE, según James Austin, Gustavo Herrero y Ezequiel Reficco, estos momentos son los siguientes:

Relación filantrópica de naturaleza asistencial

Relación transaccional: cada uno de los socios (empresas y organizaciones de la sociedad civil, OSC) asume tanto un papel de dar como de recibir)

Relación integrativa: alianzas entre empresa y OSC, donde ambas trabajan en forma integrada y las fronteras organizacionales se hacen más porosas.

Acorde a Simón Zadek se podría concebir que las empresas al desarrollar su sentido de responsabilidad corporativa pasa por cinco etapas las cuales son:

Etapas defensivas: las organizaciones niegan prácticas, efectos o responsabilidades, lo hacen para defenderse contra ataques a su reputación que podrían en el corto plazo afectar las ventas, el reclutamiento, la productividad y la marca.

Etapas de cumplimiento: adoptan un enfoque de cumplimiento como un costo de hacer negocios, para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo debido a riesgos continuos de reputación y litigios.

Etapas de gestión: introducen el tema social dentro de sus procesos centrales de gestión para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo, y obtener ganancias de más largo plazo al integrar prácticas de negocios responsables en sus operaciones diarias.

Etapa de estrategia: integran el tema social en sus estrategias centrales de negocios para mejorar el valor económico a largo plazo y obtener ventajas al ser los primeros en alinear la estrategia y las innovaciones de procesos con el tema social.

Etapa civil: promueven una participación amplia de la industria en la responsabilidad corporativa para mejorar el valor económico en el largo plazo, sobreponiéndose a cualquier desventaja inicial y así obtener ganancias mediante la acción colectiva. (Rojas, 2012, pág. 9)

Se deduce de estas etapas que la Responsabilidad Social Empresarial tiene su propia historia de desarrollo y fortalecimiento. Una primera fase la determina la RSE noestratégica que la caracteriza la filantropía. Esta fase predomina en Colombia. Aclarado que la filosofía de la RSE no es filantrópica ni moda. La filosofía de la RSE va más allá.

Sin embargo, se ilustra esta situación con las donaciones que recibió la Fundación Colfuturo por valor de US\$ 30 millones, de parte de la empresa privada, para que a partir del 2010 mil estudiantes puedan realizar maestrías y doctorados en el exterior. El dirigente empresarial Sarmiento Angulo señaló que el interés de los empresarios es "contribuir de manera responsable al desarrollo y crecimiento del país, fomentando la competitividad y productividad a través del aprendizaje y generación de conocimiento para nuestros profesionales, en las mejores universidades del mundo".

La segunda fase histórica de la Responsabilidad Social Empresarial la constituye la RS Estratégica que la caracteriza el "Diálogo con los públicos de interés, auditoría y reportes de sostenibilidad, inversión social".

Las empresas que evidencian su Responsabilidad Social como moda se caracterizan por “salir a mostrar obras sociales en comunidades vulnerables, (dejando), de revisar cómo funcionan las cosas al interior..., (de ellas y en su entorno social).

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser un compromiso real y efectivo. Por este criterio es pertinente considerar el caso de Sintravidriol–Peldarm (Organización Sindical que agrupa a los trabajadores de la Industria del Vidrio y Afines en Colombia), en esta segunda fase histórica de la RSE. (Rojas, 2012, pág. 10)

“El tránsito hacia un modelo cooperativo de relaciones laborales”, fue considerado como positivo por gremios como la Andi, Acopi, Asoflores y otras instituciones que buscan establecer relaciones armónicas y duraderas entre empresarios y trabajadores.

No obstante, el informe referido afirma que dicho proceso no continuo y que por el contrario que Peldar S.A. desarrollo una serie de estrategias diferentes no socializadas por el sindicato, que incluso “puso en duda la buena..., (de la empresa por el incumplimiento a los acuerdos pactados).., faltando (de esta manera) al principio de la transparencia”. (Rojas, 2012, pág. 11)

2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.

De acuerdo a la investigación realizada se encontraron antecedentes históricos sobre la responsabilidad social empresarial en algunas empresas como:

Crediservir. Concibe la Responsabilidad Social como el grado de relación y respuesta que tiene la entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona y la desarrolla desde diferentes ángulos como normativo, operacional, económico, social y ambiental, de la mano del ejercicio del objeto social: ahorro y crédito con sus asociados. (Crediservir, 2007)

Bancolombia. Hemos avanzado en la consolidación de la educación como eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa y en este año implementamos nuestro programa de Educación Financiera dirigido a niños y a jóvenes, que se ampliará y llegará a más públicos con diferentes estrategias de pedagogía.

Durante 2010 también apoyamos el arte y la cultura, nos vinculamos a causas sociales, fortalecimos la identidad de país, buscamos incluir en el ámbito financiero a más personas, generamos empleo a más de 20.000 colaboradores en Colombia y en la región, acompañamos a nuestros empleados y a sus familias a vivir con mayor bienestar, mejoramos nuestra atención y servicio a los clientes, realizamos una gestión ambiental con colaboradores, clientes y proveedores, y contamos con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones. (Bancolombia, 2008)

Centrales Eléctricas (EPM). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el vehículo que nos conduce hacia esa meta y se materializa en los programas y actividades que adelantamos a lo largo del año como parte de la estrategia de EPM, inseparable de la dinámica de sus negocios y parte fundamental del lenguaje, de la cultura, del modo de ser de esta organización.

Según (CENS, 2010), la comunidad y el medio ambiente, los proveedores, los servidores, el dueño, los clientes y todos nuestros grupos de interés se dan cita en estas páginas y es junto a ellos que presentamos esta suma de realizaciones del año 2010, producto del esfuerzo de todo un equipo humano que asume su trabajo con responsabilidad social y ambiental.

Banco de Bogotá. La responsabilidad del Banco de Bogotá ante la sociedad nace de reconocer el impacto que tienen nuestras operaciones sobre la vida de las personas y el entorno, es por lo anterior que identificamos unos ejes estratégicos que procuran reducir su impacto negativo al mínimo y potenciar el beneficio que podamos generar para la sociedad en general.

Continuamos avanzando en el diseño de la estrategia de responsabilidad social, la cual hemos comenzado a fortalecer gracias a la integración de buenas prácticas y la experiencia de BAC credomatic en asuntos estratégicos como la inclusión y la educación financiera, la responsabilidad con el medio ambiente y la inversión social. (Banco de Bogotá, 2005)

ESPO. La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, busca el mejoramiento continuo de los servicios que presta y a su vez lograr en la organización un sentido alto de responsabilidad social, eficiencia, eficacia y calidad. Es así, que comprometida con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), decidió ser partícipe del premio que otorga la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (Andesco) en esta área. (ESPO, 2012)

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 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. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2005)

2.2.2. 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. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2005, pág. 29)

2.2.3 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.

"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". (Fundación Cordon del Plata, 2010)

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

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

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

La RSE o en otros términos, la relación de la empresa con la sociedad, es uno de los temas más candentes de este siglo. No es posible pensar en un cambio social a favor del

desarrollo humano si no se tiene en cuenta la potencialidad existente en el campo de las empresas para aportar a este cambio. El Estado, reducido a su mínima expresión en los países llamados en vías de desarrollo, y la sociedad civil, más o menos organizada pero también heterogénea, no pueden por sí solos desviar el rumbo de una historia que tiene a las empresas como protagonistas principales. (Fundación Cordón del Plata, 2010)

Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad"

La empresa en el contexto actual adquiere una nueva tarea. No solamente es generadora de riqueza sino también una constructora de sentidos y realidades.

La empresa puede aportar a la solución de una sociedad distinta. La nueva empresa moldea la forma en que vivimos.

Es una conducta ética y responsable adoptada por una empresa en toda su red de relaciones incluyendo a los consumidores, proveedores, empleados, accionistas, gobierno, medio ambiente y comunidad.

Una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades y empleos y paga impuestos, desafía su creatividad para identificar los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución. (Ramírez & Franco, 2011)

Se entiende como una empresa socialmente responsable aquella: Cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de la sociedad.

Que su comportamiento va más allá del estricto cumplimiento de la normativa vigente y las prácticas de libre mercado.

Su equipo directivo tiene un comportamiento ético, realiza actividades respetuosas con el medio ambiente.

El desarrollo contempla el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera.

Propósito de la Responsabilidad Social. Para (Uribe, 2005), éste consiste en fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos de responsabilidad social al interior, generando los siguientes beneficios:

Aumento de la productividad y la rentabilidad

Fidelidad y aprecio de sus clientes

Confianza y transparencia con los proveedores

Compromiso y adhesión de sus empleados

Respaldo de las instancias gubernamentales

Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad

Oportunidades para nuevos negocios

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

Incremento en la participación del mercado

Mejoramiento de la cultura organizacional

Capacidad de atraer el mejor talento humano

Incremento del valor de la empresa

Mejoramiento de la comunicación interna y externa

Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

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

Aplicación de la Responsabilidad Social. La responsabilidad social empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión. (Uribe, 2005)

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

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

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

Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la responsabilidad social empresarial. (Uribe, 2005, pág. 123)

2.2.5 Balance Social. En (Enciclopedia de Economía, 2011) el balance social es una herramienta de la política empresaria que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona. Consiste en reunir y sistematizar la información correspondiente a las dimensiones sociales de la empresa, realizando con objetividad y seriedad una descripción de indicadores, así como una enumeración realista y rigurosa de las tareas realizadas por la institución en materia social. Posibilita, de esta manera, su evaluación y el desarrollo de programas de acción afines.

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

sociedad, mostrando costos y beneficios de cada una de ellas y diferenciando las prestaciones que son impuestas directa o indirectamente por ley, de aquellas que materializan aportaciones voluntarias.

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

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

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

Otras razones -adicionales a los requerimientos normativos- para confeccionar un Balance Social, son la trascendencia del Balance Social tiene distintas características para cada clase de usuario de la información: para la comunidad de negocios es de relevancia para conocer el impacto social (tanto interno como externo de una organización); para las instituciones gubernamentales permitir evaluar el comportamiento consolidado de un sector determinado; y a la ciudadanía y a los legisladores, le permite informarse sobre las políticas sociales de las

empresas, por lo que podría llegar a reclamar la implementación de modificaciones en su “accionar social” y establecer políticas tributarias que favorezcan la adopción de determinadas conductas sociales por parte de las instituciones.

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

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

La interacción empresa-sociedad presupone responsabilidades compartidas que en la práctica se dan con todos aquellos sectores que hacen posible que la organización crezca, se desarrolle y perdure (empleados, proveedores, consumidores, accionistas, distribuidores, sector público, comunidad, medio ambiente, otras instituciones, etc.).

El Balance Social permite cumplir con los siguientes objetivos:

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

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

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

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

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

El Balance Social es un instrumento de evaluación adecuado, en cuanto permite medir, comparar y observar la evolución de la gestión social de la empresa, facilitando la elaboración de planes y presupuestos para una mejora futura. (Cardona, 2004)

Algunas alternativas posibles para su construcción, proceso o evento, el Balance Social es un elemento esencial en el camino a la mejor administración de los recursos humanos y al desarrollo sustentable. Para que el Balance Social de una institución brinde información representativa de su responsabilidad social, se requiere enfoques creativos para medir, controlar

y transparentar el cumplimiento de aspectos sociales y ambientales, que en muchas ocasiones exceden al cumplimiento de las normas legales. Lo mencionado implica para las instituciones, responder a las preocupaciones y expectativas de los grupos de interés (stakeholders). Las demandas de los mismos son cada vez más importantes y a menudo están en conflicto entre los distintos grupos de interés y entre estos con la institución de que se trate. Dado que no hay un proceso único y automático para administrar efectivamente los riesgos y las oportunidades que estas demandas ofrecen, no existe otro camino que el de construir relaciones con los grupos de interés, compartir los valores e intereses y demostrar responsabilidad a las expectativas razonables de cada grupo de interés. (Argandoña, 2008)

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

Independientemente de la existencia de ciertas normas legales que exigen información social, en la mayoría de los países del mundo realizar un Balance Social es un hecho voluntario de una institución o empresa. Por tal motivo, y a pesar de que en algunos países existen ciertas normativas legales que exigen la presentación de un Balance Social con cierta información específica, no tenemos conocimiento de que exista una normativa exigible para aplicar una

determinada metodología para confeccionarlo, así como para evaluar el proceso de confección y para emitir una opinión, por parte del auditor externo independiente, sobre ese proceso.

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

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

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

La revelación de situaciones negativas es escasa o directamente nula.

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

La presentación está fundamentalmente enfocada hacia el marketing social. (IDEA, 2011)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

La secuencia recomendada, utiliza un formato de características similares a las del balance financiero, no sólo garantizando la existencia de un grado de familiaridad en cuanto al formato de presentación, sino también, la integridad, el encadenamiento lógico y la facilidad para la comparación y realización de benchmarking entre las empresas. (DERES, 2010)

Balance Social

I. Introducción/Presentación

a. Perfil de la Empresa

b. Sector de la Economía

II. Los "Estados" del Balance Social

a. Estado de Demostración del Valor Agregado

b. Estados de Indicadores de Desempeño:

- Indicadores de Desempeño Económico-Financiero

- Indicadores de Desempeño Social

- Indicadores de Desempeño Ambiental

III. Las "Notas" al Balance Social

a. Descripción de la empresa

b. Otras notas explicativas (DERES, 2010, pág. 13)

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

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. (Freed, 2010)

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

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

2.2.6 Indicadores de gestión. El instrumento a utilizar para el diseño de un balance social debería basarse en un sistema de indicadores que registre periódicamente los elementos que integran dicho balance. Entendemos por indicador "La imagen cifrada de una situación o fenómeno que corresponde a un sistema". Analicemos las dimensiones de esta definición:

Un indicador se define como la relación entre las variables cuantitativas o cualitativas, que permite observar la situación y las tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado, respecto de objetivos y metas previstos e influencias esperadas. Se define como un número (cociente) que sirve para informar continuamente sobre el funcionamiento o comportamiento de una actividad en una organización. "Control", se define como la medida de desviación del comportamiento planeado y la iniciación de acciones correctivas.

El control se asegura vigilando el rendimiento de los diferentes procesos, se ejerce de acuerdo con indicadores que son una medida de lo que la empresa hace en un determinado momento. Los indicadores pueden ser Valores, Unidades, Índices, Series estadísticas, etc. Los

indicadores son factores que permiten establecer el logro y el cumplimiento de las Misión , Objetivos y Metas de un determinado Proceso.

En el diseño de indicadores es importante tener en cuenta los conceptos de Actualidad, Capacidad y Potencialidad:

Actualidad: Valor fluctuante, basado en la medición acerca de lo que se hace en el presente con los recursos y restricciones existentes.

Capacidad: Es un valor fijo, significa lo máximo que se podría hacerse con los recursos existentes y bajos las restricciones presentes. Es importante hacer explícitos los recursos y restricciones que se relacionan con la capacidad máxima

Potencialidad: Es lo máximo que se puede obtener si se desarrollan los recursos y se remueven los cuellos de botella para mejorar la capacidad.

La evaluación cualitativa y cuantitativa del desempeño, conlleva el compromiso de todos los involucrados en la generación del servicio o "producto" que ofrece su respectiva organización o unidad, y permite detectar inconsistencias entre el quehacer de la institución y sus objetivos prioritarios, induce adecuaciones en los procesos internos y aporta mayor transparencia a la gestión pública y privada.

Un sistema que entregue información regular sobre la calidad de la gestión posibilitará mayor eficiencia en la asignación de recursos físicos, humanos y financieros, proporcionará una

base de seguridad y confianza en su desempeño al conjunto de los funcionarios implicados en su implementación -en la medida que delimita mejor el campo de sus atribuciones y deberes-, incrementará la autonomía y responsabilidad de los directivos -en tanto cuenten con bases sustentables de información para la toma de decisiones, y ayudará a mejorar la coordinación con los demás niveles del aparato público. (Estrategias Gerenciales, 2010)

La medición de la gestión global de una institución requiere del desarrollo de un conjunto armónico y sistemático de indicadores de gestión que abarquen, con un adecuado conocimiento de sus posibles interrelaciones, las dimensiones de:

- Economía (manejo adecuado de los recursos financieros),
- Eficacia (logro de los objetivos institucionales),
- Eficiencia (ejecución de las acciones usando el mínimo de recursos)
- Calidad del Servicio (satisfacción de los requerimientos de los usuarios).

Ventajas de implementar indicadores de gestión. Motivar a los miembros del equipo para alcanzar metas retadoras, y generar un proceso de mantenimiento continuo que haga que su proceso sea líder • Estimular y promover el trabajo en equipo.

Contribuir al desarrollo y crecimiento tanto personal como del equipo dentro de la organización

Generar un proceso de innovación e enriquecimiento del trabajo diario.

Impulsar la eficiencia la eficacia y productividad de las actividades de cada uno de los negocios.

Disponer de una herramienta de información sobre la gestión del negocio para determinar que tan bien se están logrando los objetivos y metas propuestas.

Identificar fortalezas en las diversas actividades que puedan ser utilizadas para reforzar comportamiento preactivos.

Evaluar y visualizar periódicamente el comportamiento de las actividades claves de la organización, y la gestión general de las unidades del negocio con respecto al cumplimiento de sus metas. Reorientar políticas y estrategias con respecto a la gestión de la organización.

(Estrategias Gerenciales, 2010)

2.2.7 Temática sobre veterinaria. Para (DJ, 2006), la veterinaria es la ciencia médica de prevenir, diagnosticar y curar las enfermedades de los animales domésticos, animales silvestres y animales de producción. En la actualidad se ocupa también de la inspección y del control sanitario de los alimentos, la prevención de zoonosis. El profesional que pone en práctica esta ciencia es llamado médico cirujano veterinario, veterinario o albéitar. El profesional capacitado para la enfermería veterinaria es llamado enfermero o técnico veterinario.

La ciencia veterinaria es tan antigua como la relación hombre/animal, pero ha crecido exponencialmente en los últimos años debido a la disponibilidad de los nuevos avances técnicos en el diagnóstico y en la terapia para muchas especies. Las cuales en peligro de extinción.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 La teoría de los grupos de interés. En primer lugar, y precisamente en atención a éstos, nos remitiremos a la Stakeholders Theory que a decir de algunos estudiosos de la RSE ha adquirido singular relevancia, la definición más generalmente aceptada sobre el concepto de stakeholders es precisamente la que proporciona Edward R. Freeman que, con la publicación de su estudio “Strategic management: A stakeholder approach”, señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”. (Argandoña, 2008)

En alusión al concepto referido, hay que señalar a algunos de los partícipes que se suponían (identificados por la sociedad) como los únicos que importaban a las empresas, tales como propietarios de los bienes tangibles o intangibles, empleados, Estado, clientes. Actualmente, la consideración de éstos se ha extendido para contemplar también a otros participantes (identificados por la organización) como proveedores, competidores, consumidores, comunidades, sociedad, bancos, gobiernos locales, abastecedores, corporaciones industriales o comerciales (nacionales y extranjeras), sindicatos, gobiernos extranjeros, generaciones aún sin

nacer y hasta especiales casos de vida animal y vegetal, entre algunos grupos de interés que pueden ser precisados como parte importante de la RSE ya que participan del desarrollo de los fines y del éxito de la estrategia de negocio que la empresa junto con ellos establece.

Para la teoría de los grupos de interés es de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la empresa y su consecuente contribución a la comunidad en que se encuentran como un importante actor social preocupado por las nuevas exigencias y problemas emergentes de la sociedad en pro de un estado de bienestar general actual y futuro. (Argandoña, 2008)

Las formas en que se establece esta interrelación con la empresa son mediante el diálogo que, en ocasiones, ésta propone a los grupos que ha identificado y que mantiene a raíz de la ininterrumpida relación que se establece entre ellos. Los intereses (diversos y conflictivos) de las partes incluidas y la atención a expectativas múltiples que confluyen en la empresa (un juicio más fluido, social y democrático) procuran mejorar la capacidad de crear beneficios para atender a los actores de una humanidad cada vez más compleja y exigente. La exposición de Argandoña señala que para que demos sentido a la RSE en la empresa “toda relación social llevará consigo una dimensión del bien común”. Él apoya esta teoría, considerando que el deber de las partes relacionadas -principalmente las internas- es contribuir al fin de la empresa y con ello “aportar su bien común, con las prestaciones concretas” propiciando las condiciones para que cada “partícipe reciba de la empresa aquello que razonablemente espera de ella y a lo que tiene derecho por su contribución [...]”. Su idea consiste, en tomar en cuenta los intereses de todos los implicados (no exclusivamente los de los propietarios de tipo económico) para lograr los objetivos de la

empresa. El fin de la firma girará, de alguna manera, en función de lo que cada stakeholder espera recibir.

Según (Rovira, 2002) aduce que “la teoría de los stakeholders ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes” será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, atendiendo principalmente a demandas sociales de partícipes clave.

(Gray & Friedman, 1996), señalan que en el punto de vista organizativo de la referida teoría se desprende un modelo de rendición de cuentas a todos sus stakeholders con una aproximación normativa, descriptiva y explicativa del poder que tienen en el contexto de la RSE según dicho modelo, que involucra las responsabilidades de la firma y la transparencia de sus acciones.

Uno de los elementos primordiales que la empresa puede emplear para gestionar la relación con sus grupos de interés es la información (financiera o de sostenibilidad, o ambas) ofrecida en atención a que los partícipes den su apoyo y aprobación a la estrategia de la firma, sin encontrarse como una oposición a ésta.

Por lo que la divulgación de información voluntaria es, por tanto, una parte importante en la justificación de la teoría de los partícipes con la que se posibilita un canal apropiado de retroalimentación de las relaciones establecidas entre los diferentes grupos de interés y las corporaciones, de la utilidad que cada uno le encuentra en beneficio precisamente de un bien que

en la relación entre ambos haya quedado plasmada, o que, conforme se modifiquen sus requerimientos, ambos establezcan los parámetros bajo los cuales se deba atender a tales necesidades, con transparencia y verificación de las cuentas que sirvan de garantía para la consolidación de sus relaciones. (Gray & Friedman, 1996)

2.3.2 Teoría de los stakeholders. La palabra “stakeholder” se ha hecho popular desde que *Freeman* la propuso definiéndola como: “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización”, pues ha venido creciendo la conciencia de esos efectos, los cuales siempre son, en algún sentido, al menos de doble vía. Aunque se suele citar a *Freeman* como el punto de referencia de la teoría de los stakeholders, el mismo *Freeman* se refirió a un memorando interno del Instituto de investigaciones de Standford de 1963 como un uso temprano del término; Otros autores encontraron usos del término incluso antes de los años 30 del siglo XX. (Argandoña, 2008)

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

A través de la contabilidad social se busca hacer transparentes los procesos de una organización, para que la sociedad esté mejor informada sobre sus operaciones, de manera que se puedan potenciar sus efectos positivos y tomar acciones correctivas cuando se trate de acciones que no beneficien a la sociedad. Se trata entonces, de una forma novedosa de mejorar las interacciones entre las empresas y la sociedad, en el sentido de permitir a la sociedad incidir en la transformación pacífica de las empresas en la línea de construcción de procesos de beneficio social. (Argandoña, 2008)

La concepción de orientar la ética de las empresas hacia una gestión de responsabilidad con los stakeholders no sólo es coherente con la comprensión de los sistemas sociales como complejos y autoconstituidos, sino también con la comprensión de las empresas como sistemas de interacciones complejas. La pregunta ética de fondo es si se trata de transformar este sistema a través de la violencia, o de si es posible construir otro orden social renunciando a la violencia, pero de manera que ese orden social busque operar sin exclusiones, o al menos, sin las exclusiones que identificamos en el actual orden mundial.

Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por ejemplo, el profesor Mitchel en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las necesidades de ese stakeholders; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa. (Argandoña, 2008, pág. 9)

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

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

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

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

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

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

Es muy importante señalar que, al igual que en la teoría de los partícipes, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos (aún cuando en este caso no son completamente identificables por la empresa cada uno de los stakeholders). Así, las memorias de RSE son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad. La contabilidad como la información emitida se ven influidas por

conceptos e ideas que imperan en el contexto social en que se desenvuelven, tratando de normalizar los comportamientos de individuos y procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para que prevalezcan intereses auténticos y naturales en la empresa.

2.3.4 Teoría de la actuación social de la empresa. Dice (Rodríguez, 2007): “La idea de la responsabilidad social, surge de considerar a la empresa dentro de la sociedad no solo produciendo efectos económicos, sino también sociales; lo cual orienta a producir menos daño y los resultados serán más beneficiosos para la gente y la sociedad”.

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

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

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

2.4 Marco Legal

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

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso. (Minhacienda, 2008)

Artículo 53. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales

de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

Artículo 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los 40 minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

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

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

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

Artículo 58. De la Constitución, en correspondencia con lo que define la ISO 26000 participación activa y desarrollo de la comunidad, determina el alcance de la propiedad privada y el alcance de sus derechos cuando dicha propiedad se constituye en un bien de utilidad pública o interés social, todas veces que la Constitución determina que la propiedad es una función social que implica obligaciones. (Minhacienda, 2008)

El artículo 333 de la Constitución, contiene varias premisas que se enmarcan dentro de lo que la ISO 26000 desarrolla como materias fundamentales. Cuando determina la libertad de la actividad económica y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común y establece que la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades, está impartiendo principios para que las organizaciones mantengan una conducta ética en sus transacciones con otras organizaciones, aspecto que está comprendido en la ISO 26000 denominado prácticas justas de operación.

El artículo 83 determina la presunción de la buena fe en las actuaciones de las autoridades públicas, aspecto que lo contempla la ISO 26000 ofreciendo pautas y mecanismos para su desarrollo en la materia fundamental denominada prácticas justas de operación. (Minhacienda, 2008)

2.4.2. ISO 26000. Esta norma intenta que las organizaciones se logren involucrar con sus partes interesadas como lo son los grupos de interés, haciendo énfasis en que su desempeño interno y externamente sea una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz. Se busca mediante un comportamiento ético y transparente contribuir al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, considerando las expectativas de las partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable siendo coherente con la normativa internacional de comportamiento.

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

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

Propósito de la Norma ISO 26000 – RSE. El objetivo que se plantea es el de: Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS., refiere (Boletín Iram, 2006).

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

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

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

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

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

Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores); Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;

Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un

mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

2.4.3 Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor.

Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. Los consumidores tienen el derecho a obtener productos con calidad e idoneidad; Obtener información veraz, oportuna, suficiente, precisa e idónea; Derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos; Derecho a ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión; Derecho a decidir libremente los bienes y servicios que requieran; Proteger sus derechos e intereses organizándose, eligiendo a sus representantes; Derecho de representación para reclamar; los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores; los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo, derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas; Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; y Derecho a obtener protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces. (Superindustria, 2011)

2.4.4 Ley 70 de 2010. Se definen normas sobre la Responsabilidad Social

Artículo 1. 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, proyectos y operaciones.

Artículo 2. Se aplica a las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 del 2000 (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). 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. Las Empresas micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley tendrán incentivos como: 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 y otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno nacional.

Artículo 4. Las normas deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo 5. Es obligación de cada persona que se acoja a la presente ley preparar y publicar un informe anual en el mes de diciembre de cada año, donde especifique. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina, valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año siguiente, políticas de empleo y prácticas laborales particulares de la empresa y

políticas, planes programas, proyectos y operaciones adelantados por la Empresa para cumplir la Responsabilidad Social empresarial.

Artículo 6. 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.

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: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, o su delegado; El Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda, y Desarrollo Rural o su delegado; Ministerio de la Protección Social o su delegado; Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado; Director del Sena; Dos representantes de Universidades del País; Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores; Dos Representantes DE los gremios de la Industria y Comercio y Tres Representantes de las ONG.

Por último se rescata la intención de conformar un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial, que incremente el liderazgo por parte del Estado, promueva iniciativas y mida el estado del modelo en el país, lo que permite fomentar las prácticas y asegurar, como lo pretende la ISO 26000, un desarrollo sostenible en bien de la sociedad y de la economía.

2.4.6 Norma SA-8000. SA8000 (2001), es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La norma SA8000 provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo. . (Social Accountability International, 2001)

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

La norma fue creada por Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI). SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias.

El sistema de la norma SA 8000 ha sido diseñado según el modelo de las normas ya establecidas ISO 9001 e ISO 14001 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental. La norma fue desarrollada y probada en campo por el Consejo de Prioridades

Económicas (Council on Economic Priorities - CEP), entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un Consejo Asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo. (Social Accountability International, 2001, pág. 5)

2.4.7 Norma ISO 14001. La ISO 14001 (Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso), es una norma internacional cuyo objetivo es apoyar la protección ambiental y la prevención de la contaminación en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. La norma es genérica y puede ser aplicada por cualquier organización independientemente de su tipo y tamaño, en cualquier sector de actividad, ya sea un negocio con fines comerciales, la administración pública o un departamento gubernamental. Esta norma ayuda a:

Minimizar los efectos negativos que pueden causar las actividades al medio ambiente

Cumplir los requisitos legales y reglamentarios aplicables

Mejorar continuamente el desempeño ambiental.

La ISO 14001 pertenece a la familia de normas ISO 14000 que se compone de otras 21 normas no certificables cuyo objeto siempre es el medio ambiente, y que pueden ayudar a la organización en aspectos específicos, como la auditoría, etiquetado ambiental y análisis del ciclo de vida. Las normas más importantes de la serie de normas ISO 14000. (Fundibeq, 2012)

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación descriptiva describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. Su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Tamayo, 1999)

El proyecto desarrollado se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, ya que el propósito fue analizar la situación actual de responsabilidad social empresarial (RSE) de la Veterinaria San Agustín y formular un balance social e indicadores de gestión, mediante la propuesta de un esquema acorde a la normatividad para este tipo de empresas, efectuar una propuesta operacional global, exponer un plan económico, plantear el esquema de aporte social y formular una propuesta ambiental.

3.2 Población

La población para este estudio estuvo conformada en la parte interna por el representante legal, contador público y 6 empleados; en la parte externa por los 225 clientes de la empresa.

3.3 Muestra

Por considerarse la población interna demasiado reducida, se estimó conveniente aplicar la muestra a la totalidad de la población. En cuanto a los clientes potenciales se acudió al muestreo probabilístico aleatorio simple (al azar), dando equilibrada participación a los usuarios de la misma, para lo cual se aplicó la fórmula estadística.

La fórmula a utilizar es:

$$n = \frac{(Zc)^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + (Zc)^2 p \cdot q}$$

Donde:

n = Muestra (?)
 N = Población (225 clientes)
 e = Error de muestreo (5%)
 Zc = Constante de muestreo (1,96)
 P= Porcentaje de aceptación (50%)
 Q= Porcentaje de rechazo (50%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 225 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 (225-1) + (1.96)^2 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{216.09}{1.5204}$$

$n = 142.12 \approx 142$ clientes de la Veterinaria San Agustín

3.4 Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información

3.4.1 Técnicas de Recolección de Información. Fuentes Primarias: Entre las fuentes primarias de información utilizadas en el estudio investigativo descriptivo se encuentran la asesoría de contadores públicos, docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña y demás personas y entidades que provean información base para este estudio. El recaudo de la información necesaria para el diseño del proyecto se dio mediante la técnica de la encuesta aplicada a través del instrumento del cuestionario; un formato de encuesta fue dirigido a los trabajadores de la veterinaria y otro a los usuarios de la misma. (Véanse Anexos A y B)

Otra de las técnicas implementadas fue la entrevista dirigida al representante legal de la veterinaria San Agustín, con el fin de profundizar sobre la RSE de este establecimiento en la ciudad de Ocaña. (Véase Anexo C)

Fuentes Secundarias: Entre las fuentes secundarias de información se cuenta con la información extraída de revistas, libros y textos de clase, información de centro de información y documentación, bibliotecas y consultas virtuales.

3.5 Análisis de la Información

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

4. Presentación de Resultados

4.1 Realizar el diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental

Análisis de la encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Tabla 1.

Comunicación de la empresa sobre la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	6
No	10	7
A veces	123	87
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

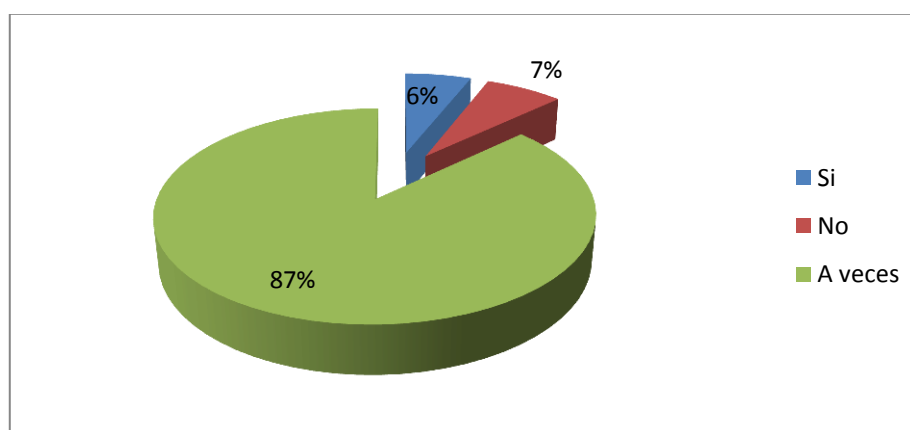


Figura 1. Comunicación de la empresa sobre la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Características tan importantes en una empresa como lo son la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos, deben ser comunicados por la misma a sus clientes. En la empresa Veterinaria San Agustín, dichos aspectos según el 84% de los encuestados, a veces son comunicados, lo cual muestra la falta de constancia en ello con sus usuarios. Al igual el 7% dice que no conoce de los mismos y tan solo para el 6% si son dados a conocer.

Tabla 2.

Trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	142	100
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

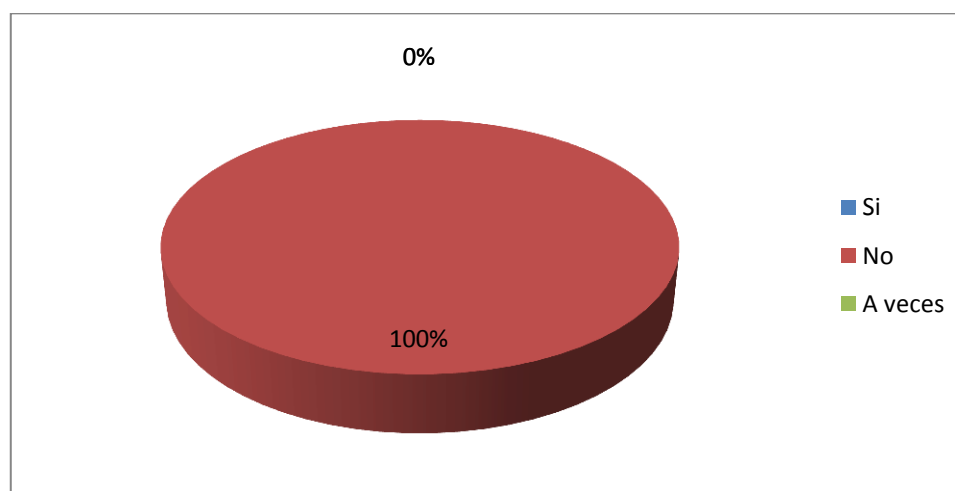


Figura 2. Trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña, según la totalidad de los clientes encuestados, no trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización. Estos aspectos la hacen poco competitiva.

Tabla 3.

Efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	53
No	48	34
A veces	19	13
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

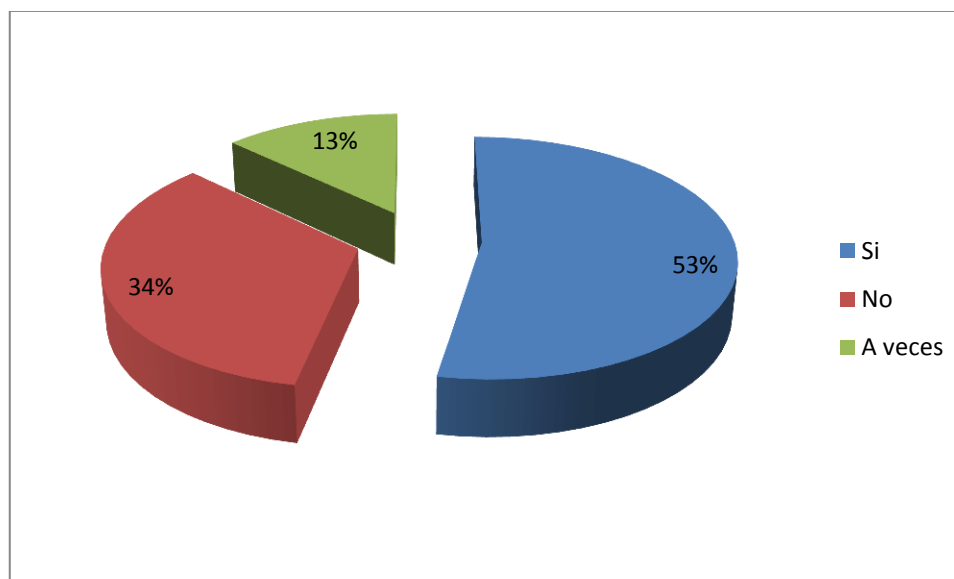


Figura 3. Efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales.

Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En cuanto a los productos y servicios de la empresa, el 53% opina que si tienen efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales, toda vez que su actividad así lo requiere. Para un 34%, no se trabaja ni se tiene en cuenta dichos efectos. Y el 13% restante dice que si se realiza de manera esporádica.

Tabla 4.

Se cuenta con una política que explicita el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	142	100
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

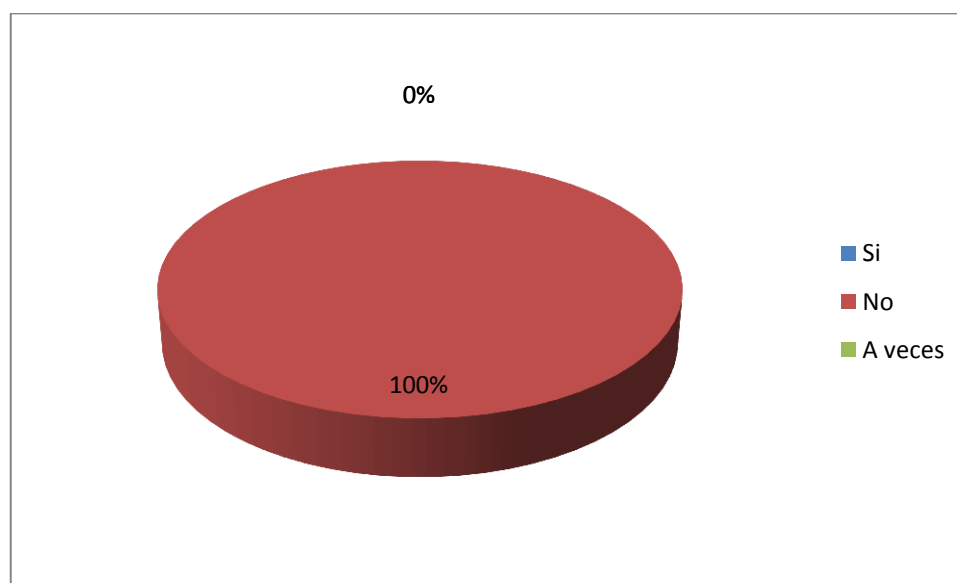


Figura 4. Se cuenta con una política que explicita el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La empresa, según el 100% de sus clientes, no cuenta con una política que explicite el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes. Igualmente, comentan, que no se conoce de la misma, con el fin de solicitarla a la institución.

Tabla 5.

Existencia de un procedimiento formal para conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	142	100
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

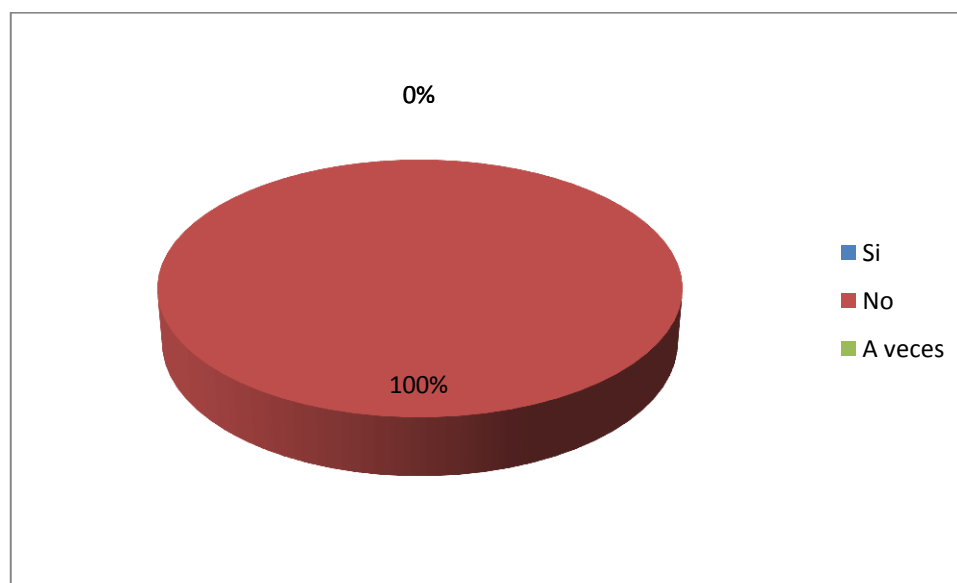


Figura 5. Existencia de un procedimiento formal para conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En cuanto a la existencia de un procedimiento formal en la Veterinaria San Agustín, con el fin de conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores, opina el 100% de los encuestados que no existe o no se conoce del mismo, puesto que a éstos nunca se les ha dado a conocer.

Tabla 6.

Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	8
No	28	20
A veces	102	72
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

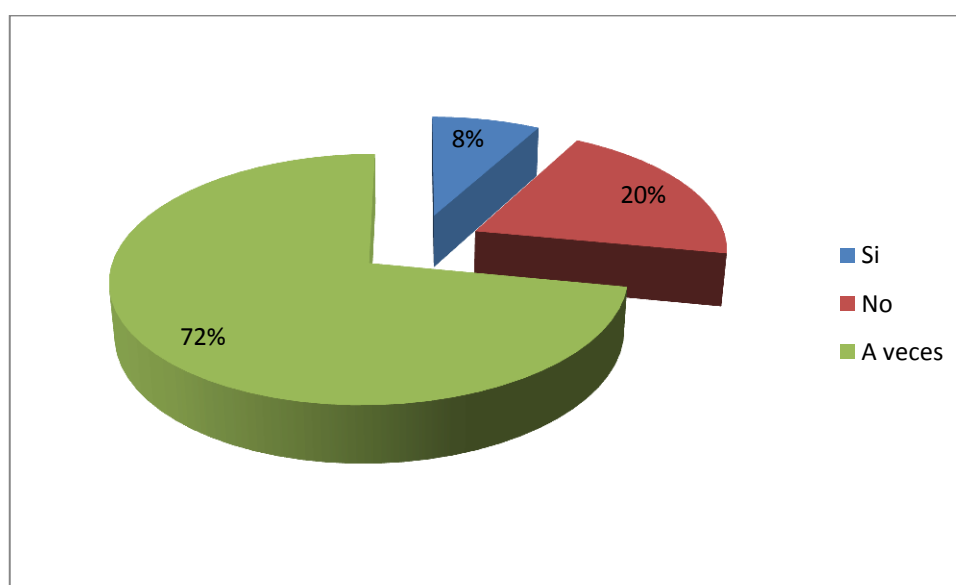


Figura 6. Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Según el 72% de los clientes encuestados, las especificaciones, precios y condiciones de comercialización del servicio y producto que se ofrecen, si están claras y coinciden con los mismos. El 20% no está de acuerdo con ello, argumentando que no conoce un documento que especifique los mismos y detalle cómo deben ser recibidos los servicios, con el fin de compararlos con los de la realidad.

Tabla 7.

Existen garantías sobre sus productos o servicios de forma transparente y sin letra “pequeña”.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	142	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

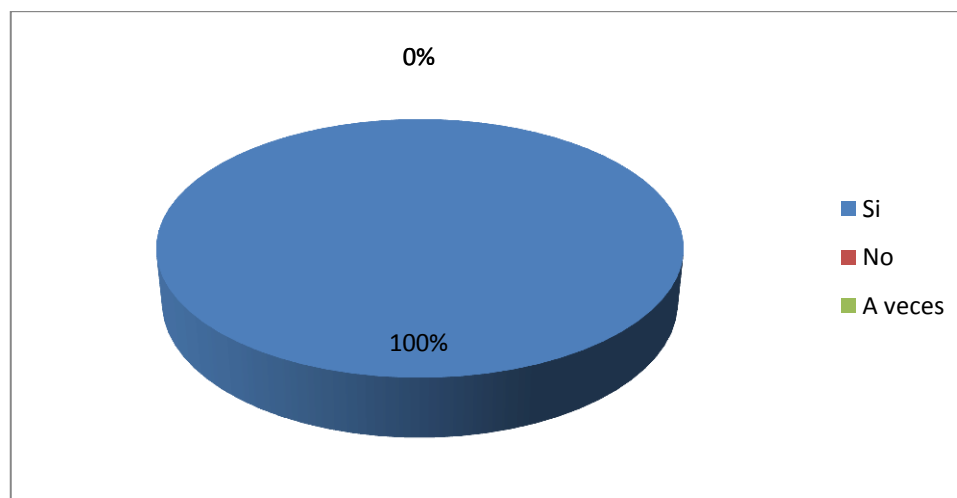


Figura 7. Existen garantías sobre sus productos o servicios de forma transparente y sin letra “pequeña”. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Si bien es cierto, y lo confirma el 100% de los clientes encuestados, la veterinaria San Agustín, cuenta con garantía sobre sus productos y servicios que ofrece, de forma transparente, lo cual indica su seriedad y cumplimiento en la prestación del mismo.

Tabla 8.

Se cuenta con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	19
No	115	81
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

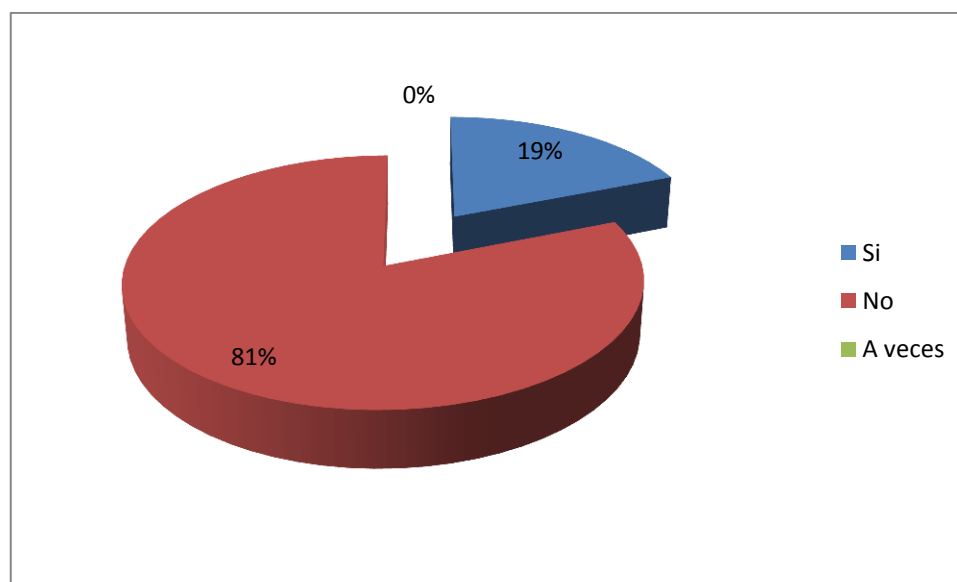


Figura 8. Se cuenta con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La empresa Veterinaria San Agustín, no cuenta con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada, opina el 81% de los encuestados, los cuales han tenido que realizarlas en algunas ocasiones de manera verbal. Por el contrario, el 19% restante, dice si conocer de este proceso.

Tabla 9.

Evaluación a los clientes existentes o nuevos con base en criterios RSE

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	142	100
A veces	0	0
Total	142	100

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

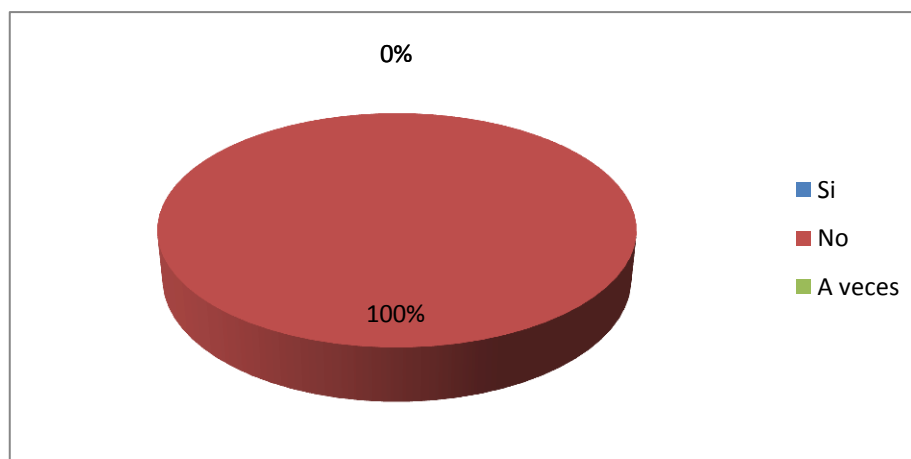


Figura 9. Evaluación a los clientes existentes o nuevos con base en criterios RSE. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Según opinión del 100% de los clientes de la Veterinaria San Agustín encuestados, a éstos no se les evalúa con base en criterios RSE, lo que indica la falta de interés por parte de la empresa por el tema de responsabilidad social.

Análisis de la encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

Tabla 10.

Consideración de los conocimientos de RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

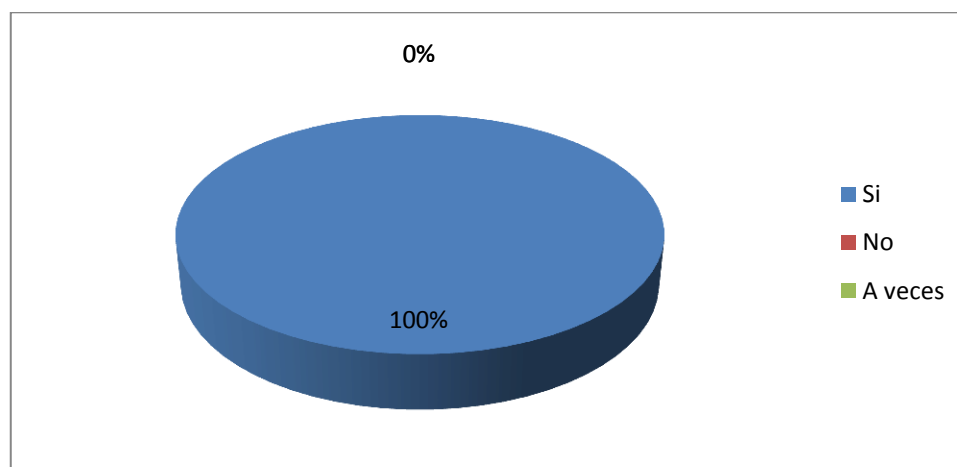


Figura 10. Consideración de los conocimientos de RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En cuanto a la elección de los candidatos para el puesto de trabajo, se les preguntó a los empleados de la Veterinaria San Agustín, si en el perfil de los puestos mencionados se tiene en

consideración los conocimientos de la RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato, para lo cual el 100% de trabajadores de la empresa respondieron que si, dado que estos aspectos son primordiales en instituciones de esta especialidad.

Tabla 11.

Organigrama especificado con el departamento o persona encargada del área de RSE

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

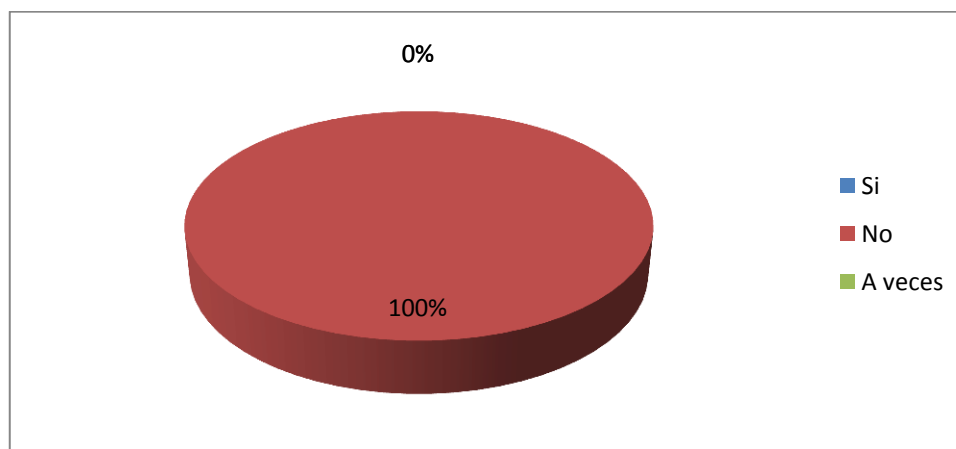


Figura 11. Organigrama especificado con el departamento o persona encargada del área de RSE.

Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En el organigrama de la Veterinaria San Agustín, no se encuentra claramente especificado el departamento o persona encargada del área de RSE, toda vez que no se tiene una asignación directa del mismo cargo en la empresa.

Tabla 12.

Fácil acceso para la participación del personal

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

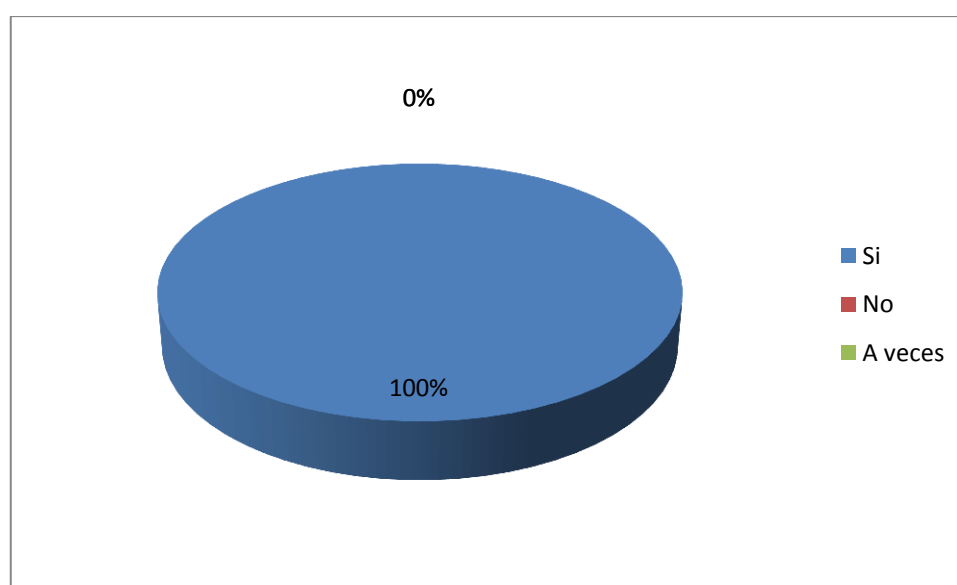


Figura 12. Fácil acceso para la participación del personal. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Según el 100% de los empleados encuestados, la empresa si establece un fácil acceso para la participación del personal, lo cual crea un buen ambiente laboral.

Tabla 13.

Realización de reuniones de información/comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

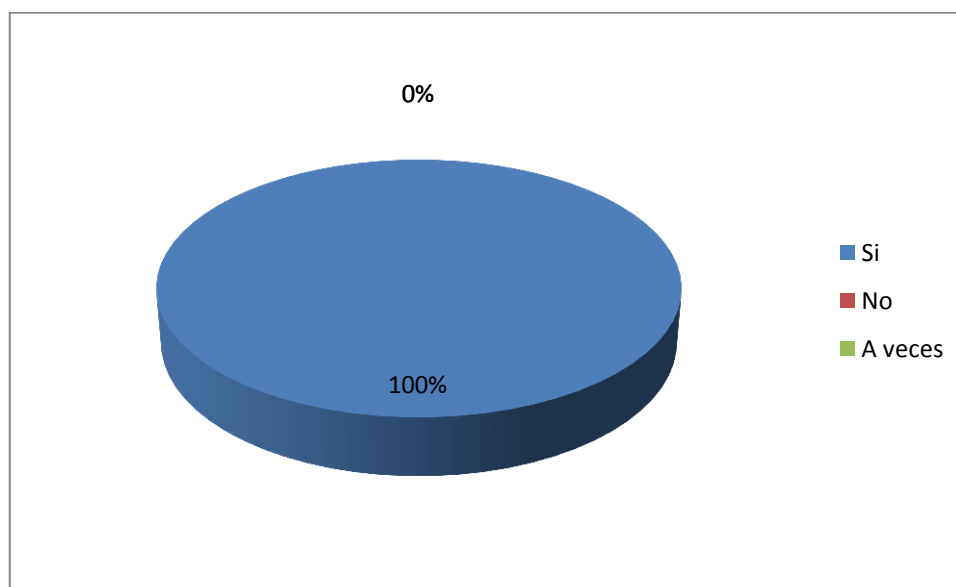


Figura 13. Realización de reuniones de información/comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En la Veterinaria San Agustín, el 100% de los empleados afirman que si se lleven a cabo reuniones de información y comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa, teniéndose en cuenta los mismos en las diferentes actividades que se realizan.

Tabla 14.

Fomento por parte de la empresa de igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

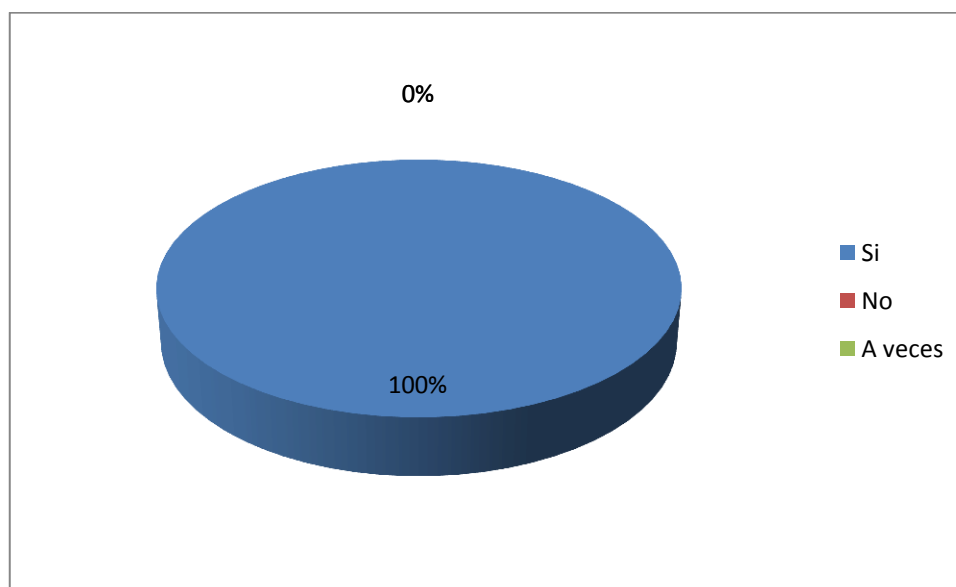


Figura 14. Fomento por parte de la empresa de igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La empresa fomenta la igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores; opina el 100% de los empleados, por lo tanto no existe distinción alguna entre los mismos.

Tabla 15.

Existencia de un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

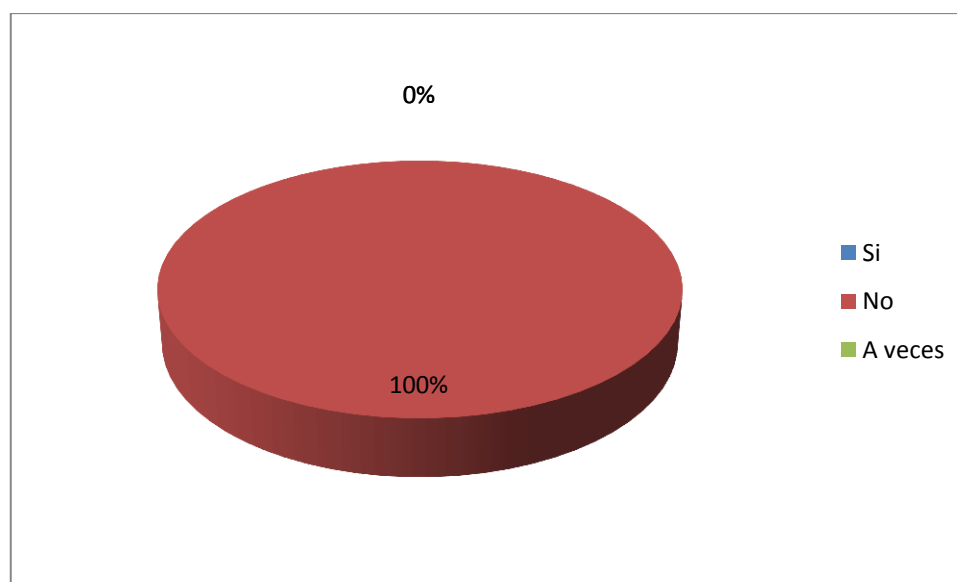


Figura 15. Existencia de un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo.

Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En la Veterinaria San Agustín, no se cuenta con un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo, a la vez que no se cuenta con un manual que indique los cuidados que se deben tener en la empresa.

Tabla 16.
Lugar de trabajo debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

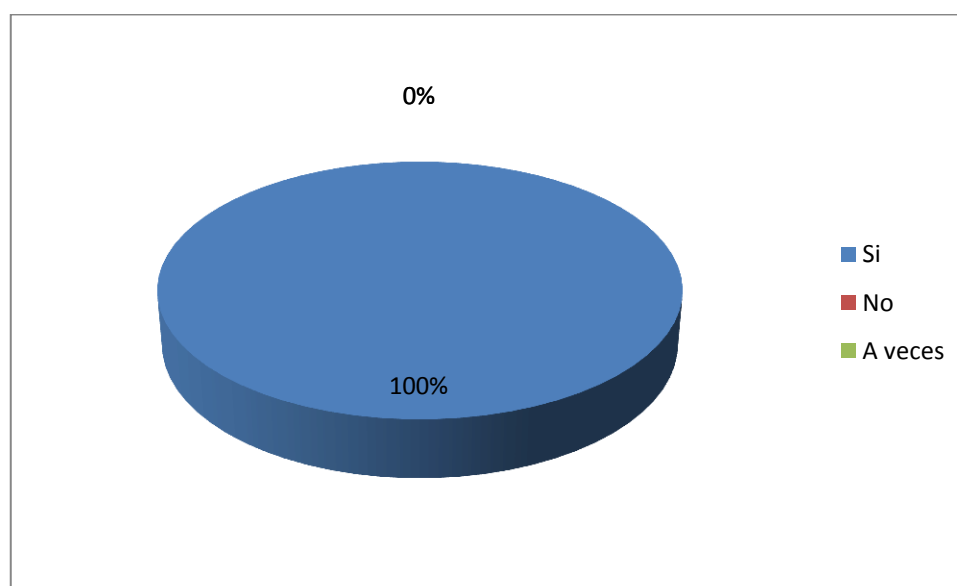


Figura 16. Lugar de trabajo debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La Veterinaria San Agustín, según el 100% de sus trabajadores, cuenta con un lugar de trabajo debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias; todo ello conduce a poder laborar en un buen ambiente laboral.

Tabla 17.

Realización de encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y aplicación de planes de mejora

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

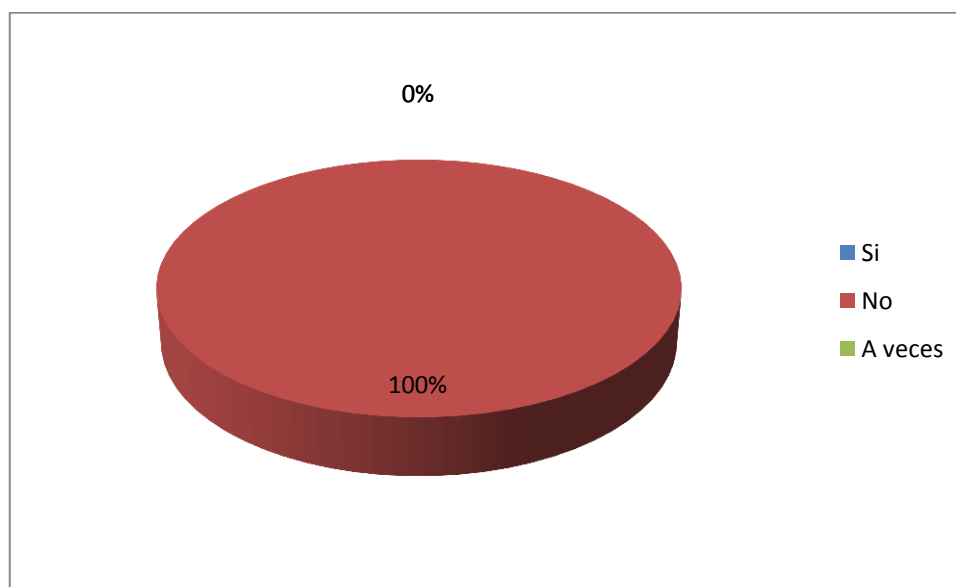


Figura 17. Realización de encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y aplicación de planes de mejora. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Según el 100% de empleados, la empresa no realiza encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados; igualmente, no planea estrategias para que puedan ser aplicadas en un plan de mejora de la veterinaria.

Tabla 18.

Salarios justos y equivalentes comparándolos con otras empresas del sector

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

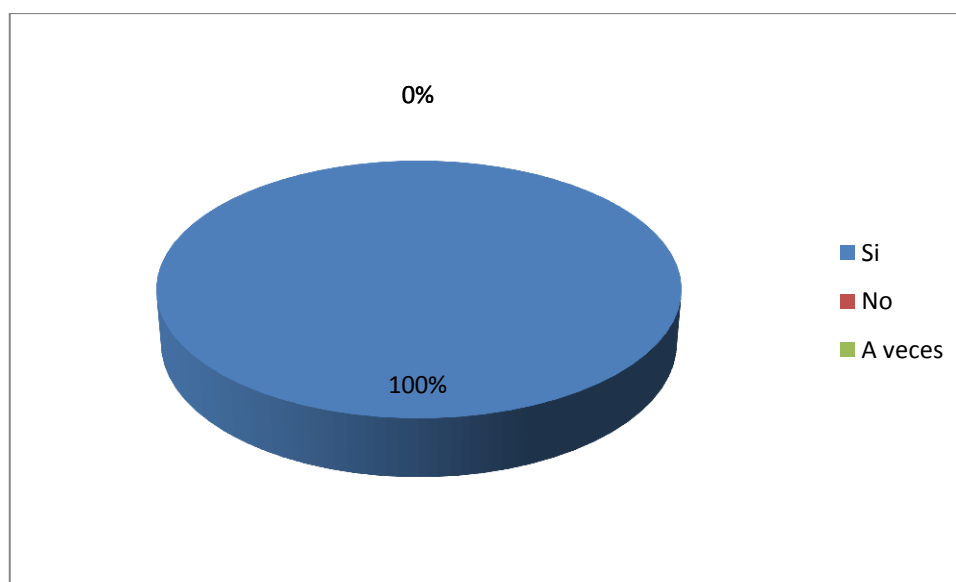


Figura 18. Salarios justos y equivalentes comparándolos con otras empresas del sector. Nota:

Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Para los trabajadores de la Veterinaria San Agustín, en un 100%, los salarios recibidos por parte de la empresa, son los justos, además de ser equivalentes en comparación con otras empresas del sector.

Tabla 19.

Actuación profesional en los procesos de salida de los trabajadores (sea involuntaria o voluntaria)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

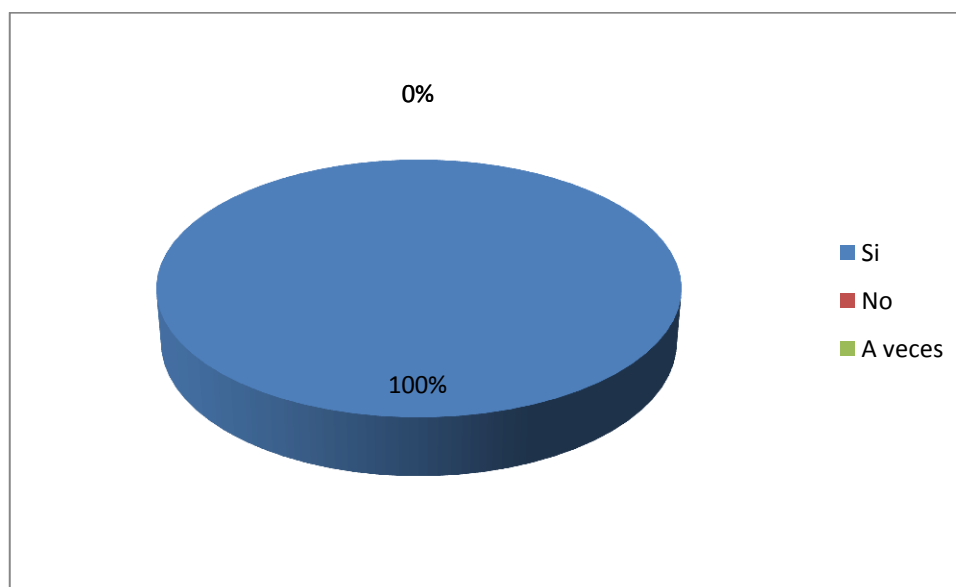


Figura 19. Actuación profesional en los procesos de salida de los trabajadores (sea involuntaria o voluntaria). Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Para el 100% de los trabajadores de la Veterinaria San Agustín, ésta actúa de manera profesional en el momento de salida de sus trabajadores, sean ésta voluntaria o involuntaria; toda vez que se cumple con las liquidaciones y pagos de ley.

Tabla 20.

Informe anual (público) sobre el medio ambiente

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

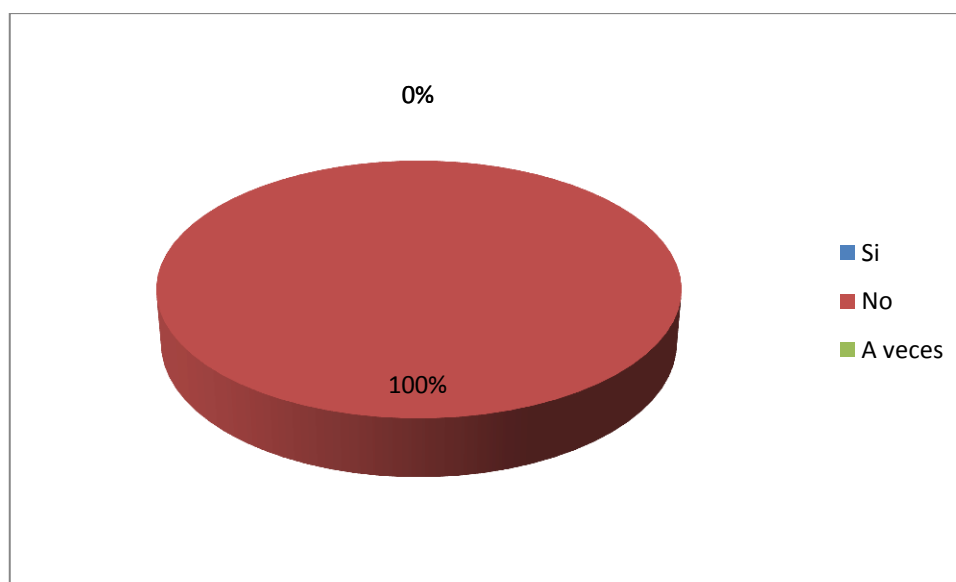


Figura 20 Informe anual (público) sobre el medio ambiente. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Según opinión del 100% de trabajadores de la veterinaria, ésta no realiza un informe anual público sobre el medio ambiente; el cual debería ser realizado, con el fin de divulgar de manera clara la información ambiental específica para todos los grupos de interés que interrelacionan con la empresa.

Tabla 21.

Certificación del informe anual ambiental por un profesional independiente en caso de tener la posibilidad de ponerlo enmarcha

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

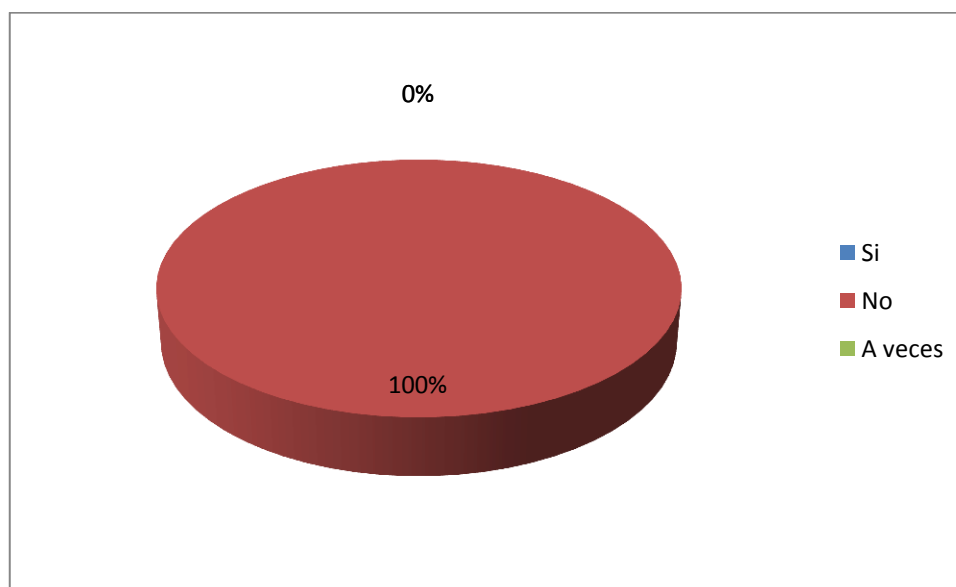


Figura 21. Certificación del informe anual ambiental por un profesional independiente en caso de tener la posibilidad de ponerlo en marcha. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La empresa no lleva a cabo ninguna certificación del informe anual ambiental, toda vez que, como se vió en la tabla 20, éste no se lleva a cabo. Igualmente, al no tener el mismo, no se ha visto la posibilidad de ponerlo en marcha.

Tabla 22.

Existencia de sistema de gestión ambiental vigente

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

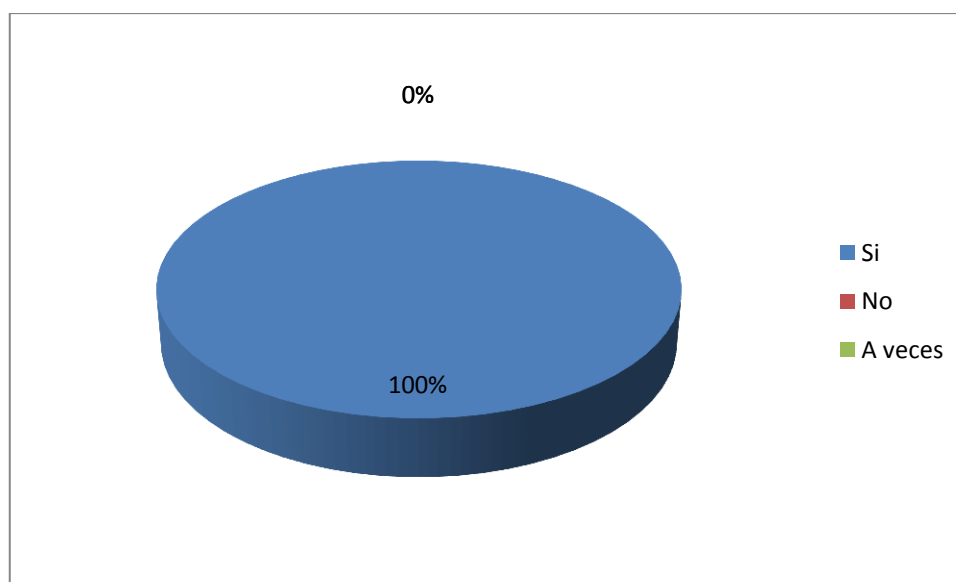


Figura 22. Existencia de sistema de gestión ambiental vigente. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En cuanto al sistema de gestión ambiental vigente, la organización si cuenta con el mismo, como lo es la ISO 14000, en la cual se basa para realizar sus actividades de responsabilidad social.

Tabla 23.

Existencia de un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

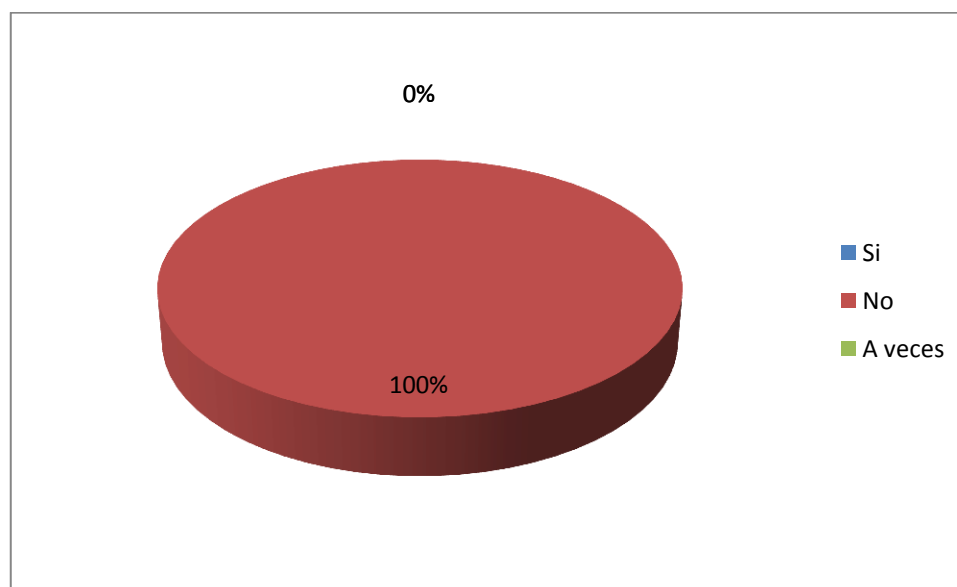


Figura 23. Existencia de un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En cuanto a programas, la empresa aún no ha establecido alguno en busca de su mejora, tal es que tampoco se cuenta con un programa de protección y mejora del medio ambiente, relacionado con su proceso productivo. Se tiene que la empresa ha descuidado esta fase, no siendo así mismo, una empresa socialmente responsable.

Tabla 24.

Se promueve el reciclado de insumos y otros productos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

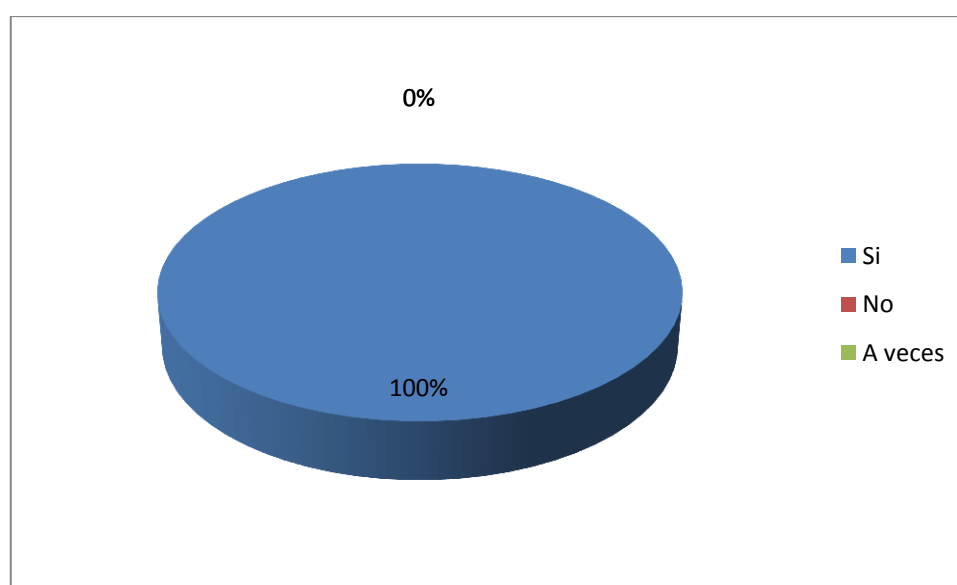


Figura 24. Se promueve el reciclado de insumos y otros productos. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Si algo hay que reconocer de la empresa, opinan sus trabajadores, es la promoción del reciclado de insumos y otros productos. Esto se hace de manera interna, lo cual se distribuye en las distintas bolsas, para ser llevados al carro recolector y de ahí a su disposición final.

Tabla 25.

Se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	33
No	0	0
A veces	4	67
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

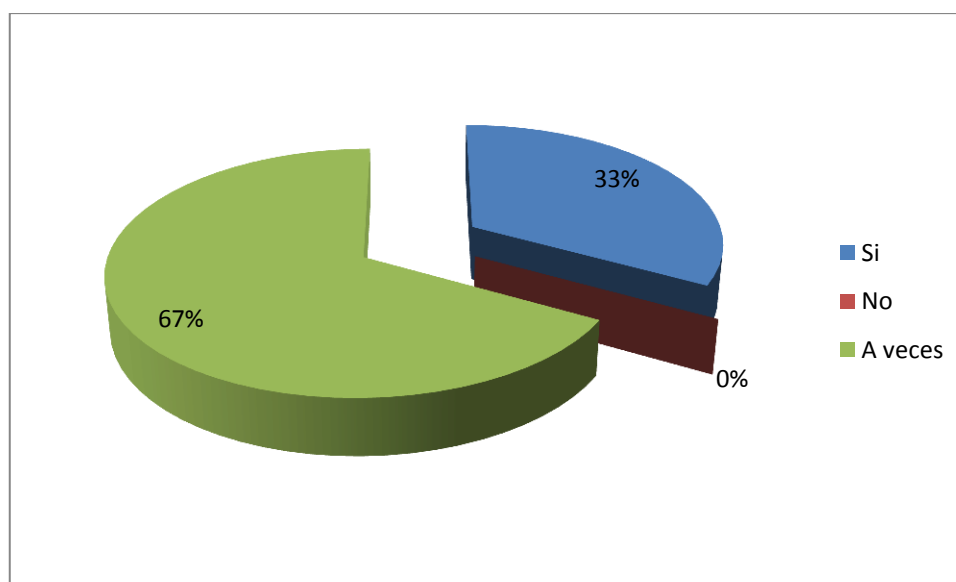


Figura 25. Se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

En la Veterinaria San Agustín, a veces se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía, esto según el 67% de empleados de la misma. Para el 33%, es afirmativo que se realice esta clase de campañas, para lo cual ellos participan de manera interna, y en algunos casos, externa con sus grupos de interés.

Tabla 26.

Relación con entidades que participen en actividades antisociales

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	6	100
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

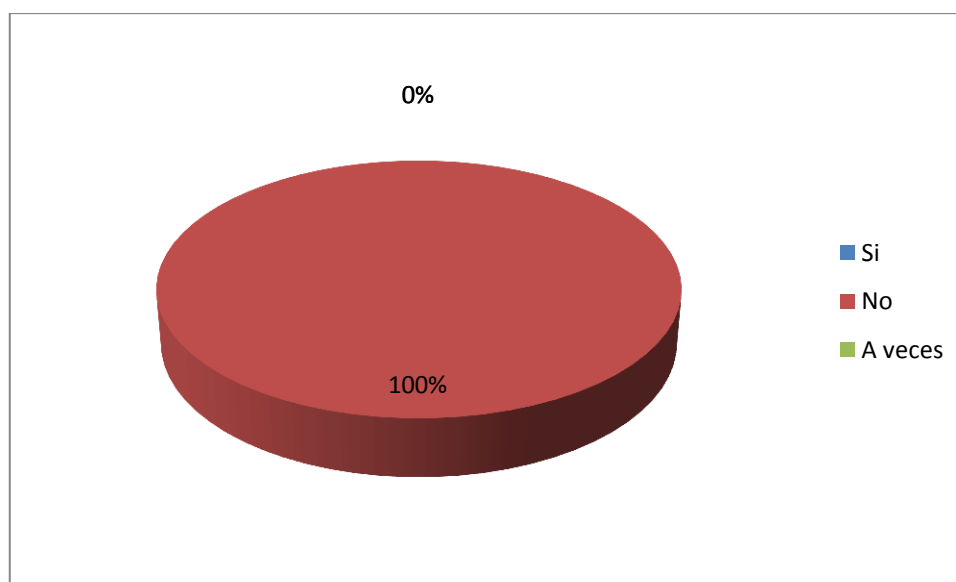


Figura 26. Relación con entidades que participen en actividades antisociales. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La seriedad de la empresa y el compromiso con la sociedad y comunidad en general, no permite ni permitirá participar en actividades antisociales; esto lo afirma el 100% de los trabajadores encuestados, quienes opinan que la veterinaria conduce muy bien sus servicios, de una manera legal.

Tabla 27.

Mecanismos para resolver conflictos con los grupos de interés son legítimos y accesibles

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

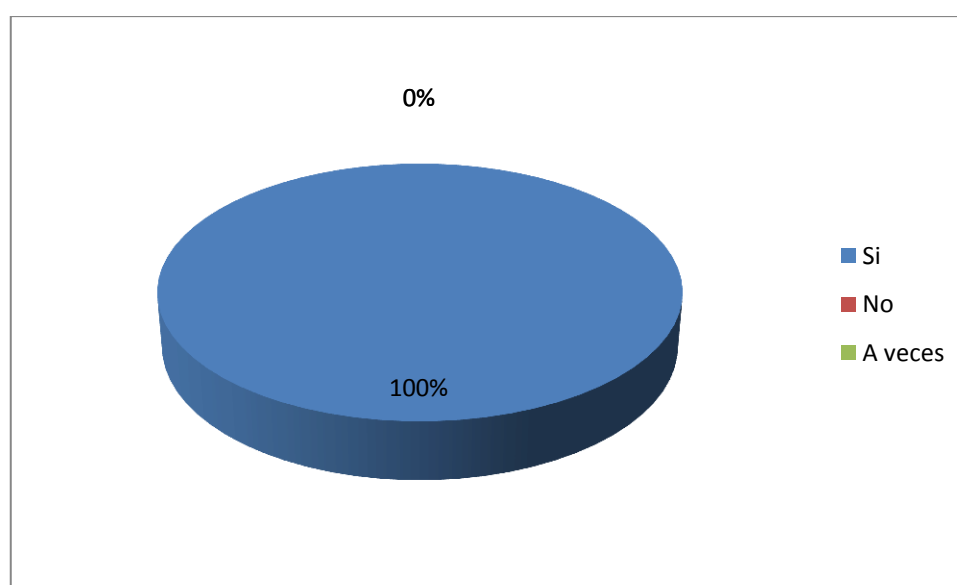


Figura 27. Mecanismos para resolver conflictos con los grupos de interés son legítimos y accesibles. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

Aunque son escasos los conflictos que se presentan con los grupos de interés de la veterinaria San Agustín, el 100% de los trabajadores de la misma opinan, que en el momento que éstos ocurren, se resuelven con mecanismos legítimos y accesibles, esto evitando discordias y buscando mantener la imagen de la empresa.

Tabla 28.

Respeto de los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	6	100

Fuente: encuesta dirigida a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

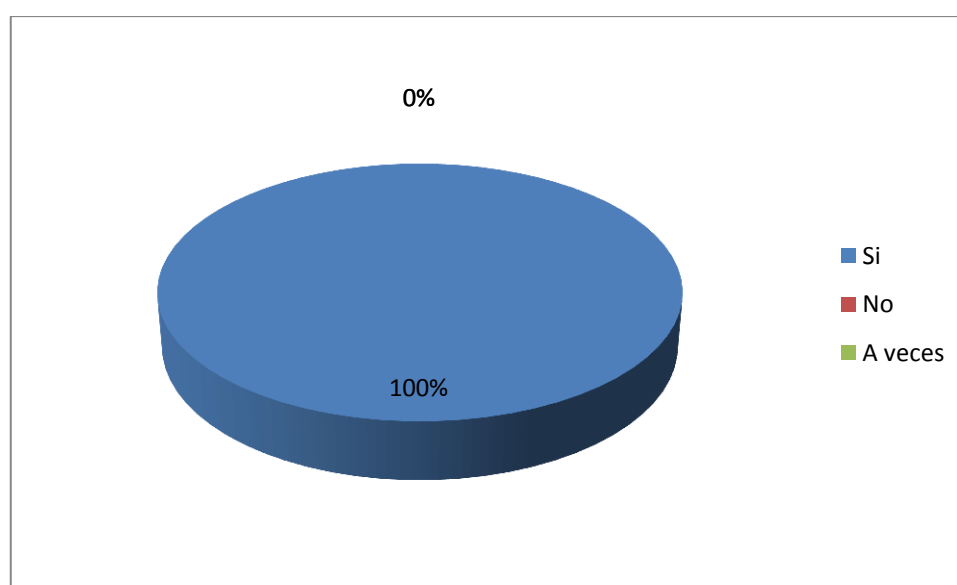


Figura 28. Respeto de los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos. Nota: Fuente: encuesta dirigida a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña

La Veterinaria San Agustín, opina el 100% de trabajadores, ha tratado por mantener el respeto sobre los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos tanto en sus empleados como en los demás grupos de interés.

Luego de aplicado el instrumento de recolección de información a los diferentes grupos de interés, se conoció por parte de los clientes de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña, su satisfacción por parte del servicio ofrecido a éstos, aunque no se les ha tenido en cuenta para una evaluación en criterios de RSE, lo cual es preocupante para la empresa, toda vez que éstos hacen parte de su grupo de interés, con quienes debe mantener un excelente trato de servicio, y a quien debe prestar toda la atención posible. A pesar de ello, los clientes confirman los efectos positivos que tienen sus productos y servicios dentro del área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales, ofreciendo por los mismos, garantías de forma transparente. Al igual, los clientes basan su satisfacción en el servicio, toda vez que se les comunica sobre la calidad del mismo, el precio y los aspectos medioambientales y sociales, positivos o negativos de sus productos.

En cuanto a los beneficios que aporta la Clínica Veterinaria San Agustín, se encuentran los adquiridos por sus trabajadores, en cuanto a los salarios, son justos y equivalentes, con los cuales han podido solventar el sustento familiar, el pago de sus estudios, entre otros; además del fortalecimiento en su experiencia laboral. Igualmente, su perfil ha sido tenido en cuenta de acuerdo a los conocimientos sobre RSE.

Otro factor que favorece a los empleados de la Clínica, es el fomento de igualdad de oportunidades, sin discriminación en contrataciones, a la vez de tenerlos en cuenta a la hora de tomar decisiones estratégicas o eventos de participación.

Para los empleados de la Clínica Veterinaria San Agustín, la empresa se encuentra en cumplimiento de su responsabilidad social en cuanto a la adecuación del lugar de trabajo.

Además, cuenta con un sistema de gestión ambiental, que la hace más efectiva a la hora de promover programas, entre otros, de reciclado de insumos y otros productos, y el de ahorro en el consumo de agua y energía, aunque se realice de manera eventual. Igualmente, la organización respeta los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos.

En cuanto al no cumplimiento de factores relacionados con la responsabilidad social, comentan los empleados que el organigrama de la empresa no muestra el área encargada de la RSE, lo que da como resultado la falta de la misma dentro de la institución. Además, en lo que refiere al medio ambiente, la empresa no realiza un informe que pueda ser divulgado a sus grupos de interés, que muestre la responsabilidad ambiental de la empresa con el medio. Tampoco cuenta con un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo.

De forma general, y según opinión y criterios obtenidos, se puede concluir que la Clínica Veterinaria San Agustín, tiene una importante incidencia social y económica en esta zona del país, ya que está generando empleos de tipo administrativo, intermedio y operativo, de igual manera, están propiciando ingresos, que en algunos casos son la fuente de sustento. De igual forma, está beneficiando a la comunidad en general, con el ofrecimiento de servicios, mediante los cuales se satisfacen deseos y/o necesidades de su clientela.

4.1.1 Capacidad Normativa. Siendo la Clínica Veterinaria San Agustín una empresa, definiéndola como una colectividad integrada por uno o varios grupos sociales que unen sus recursos (producción, tierra, mano de obra y capital), en una base común para producir bienes y servicios, mediante un orden normativo, organizativo y bien administrado, señalando rangos de autoridad, sistemas de planeación, comunicación, información y control coordinados, con eficiencia, modernidad, productividad, con una existencia relativamente continua en un medio y cuyas actividades se encuentran encaminadas hacia el logro de un fin o misión determinada.

Las empresas pueden ser clasificadas con base en: Su actividad (industrial, comercial, de servicios); origen de capitales (públicas, privadas, de economía mixta); magnitud o tamaño (pequeñas, medianas, grandes); duración (temporales o permanentes); régimen jurídico (sociedad anónima, responsabilidad limitada, sociedad de capital variable, sociedad en comandita simple, en comandita por acciones, sociedad en nombre colectivo). (Salazar, 2011)

Para el caso de la Clínica Veterinaria San Agustín, su actividad es de servicios, como su nombre lo indica, son aquellas que brindan servicios a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

Esta clase de empresas son regidas por la siguiente normatividad:

Resolución No. 001599 (20 JUNIO 2007). Por la cual se dictan disposiciones para el registro de los Laboratorios de Diagnóstico Veterinario.

Ley 99 de 1993 (Diciembre 22). Ley General Ambiental de Colombia. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.

4.1.2 Capacidad Operacional. En cuanto a la capacidad operacional de la Clínica Veterinaria San Agustín, se muestra un escaso adelantamiento tecnológico, esto debido a que es una empresa de prestación de servicios, por lo cual el material humano es el más importante en estos casos; aunque se utilicen algunos equipos de alta tecnología, para ellos no son tan necesarios como la capacidad operacional del ser humano, en el caso de la Clínica, son seis las personas que se encuentran en esta área, las cuales ponen todo su conocimiento a la hora de prestar el servicio a la mascota. Conociendo esto, se puede definir su capacidad operacional con pocos equipos y una tecnología de avance.

4.1.3 Capacidad Económica.

4.1.3.1 Promedio de ingresos producidos por la actividad económica. De acuerdo con la información dada por el representante legal de la Clínica Veterinaria San Agustín, los ingresos operacionales de la empresa difieren en gran medida respecto al servicio solicitado. Por lo tanto, no hay una tarifa mensual establecida.

4.1.3.2 Sistema de remuneración a trabajadores. *En cuanto a la remuneración dada a los trabajadores de la Clínica Veterinaria San Agustín, su representante legal dice que esto va de acuerdo al cargo que vienen desempeñando, ya que las personas que se encuentran laborando directamente con la empresa, como lo son: auxiliar contable, médico veterinario y auxiliar de veterinaria, cuentan con un salario básico de acuerdo al rango de profesión que cada uno sostiene, el contador público, dos zootecnistas y tecnólogo, devengan su sueldo de acuerdo a los servicios que preste, por lo cual se les cancela por honorarios.*

Experiencia laboral. De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo, los trabajadores de la Clínica Veterinaria San Agustín, han recibido beneficios laborales como lo es el fortalecimiento de la experiencia laboral.

4.1.4 Capacidad Social. La capacidad social de la Clínica Veterinaria San Agustín, es notable y de mejoramiento, ya que su objetivo es el brindar un servicio directo a una especie que por naturaleza no puede expresarse, e indirecto a sus propietarios o responsables de estos animales y mascotas, por quien se ha venido generando un sentido de pertenencia y amor que en épocas pasadas no era tan intenso.

Esta empresa es reconocida por la importancia de sus servicios y los beneficios comunitarios ofrecidos, ya que participa en obras destinadas a prestar servicios de asistencia a la comunidad (salud, educación, cultura, acciones cívicas)

Todo ello hace que su relación social, creen un ambiente ameno y agradable, toda vez que se ha brindado el servicio a personas de diferentes condiciones socioeconómicas, debido a que en la ciudad de Ocaña se encuentran desde los estratos 0 al estrato 5, lo cual hace que sus usuarios sean personas de diversa condición social, económica, cultural, política, religiosa, sexo y demás variables.

En cuanto a donaciones, se han realizado algunas de manera económica y otras de manera social, a escuelas, población vulnerable o entidades que de una u otra forma lo han solicitado.

4.1.5 Capacidad Ambiental. En cuanto a la capacidad ambiental, es de destacar que la Clínica Veterinaria San Agustín, no realiza programas concernientes a este factor. La manera en que se integra la clínica, es en la protección y promoción del ecosistema de la zona de Ocaña, mediante la promoción del reciclado de insumos y otros productos, el ahorro en el consumo del agua y energía, ayudando de esta manera a reducir la contaminación del medio ambiente.

4.2 Establecer los indicadores de gestión de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña.

Los indicadores de gestión establecidos en la Clínica Veterinaria San Agustín, son los siguientes:

4.2.1 Indicador de calidad del servicio. Muestra la capacidad de los organismos competentes para responder en forma rápida, directa y adecuada a las necesidades de los usuarios, siendo precisamente la satisfacción del beneficiario el principio básico de la calidad. Este indicador se midió a través de los Ítems 1, 3 y 5 del instrumento aplicado a la muestra objeto de estudio, en este caso los clientes. En éstos se nota la satisfacción por parte del cliente del servicio recibido, aun así ellos no han podido expresar éste, por no contar la clínica con un procedimiento formal para conocer dicha satisfacción.

Por otra parte, la calidad del servicio se evidencia dentro de las garantías que la clínica da a sus clientes sobre sus productos y servicios, lo cual lo hace de forma transparente y sin “letra pequeña”, como es lo debido.

4.2.2 Indicador de efectividad. Evidencia el grado en el que la empresa es capaz de lograr sus metas o solventar las necesidades.

El indicador “Efectividad” se midió a través de los ítems 1 y 2 del instrumento aplicado al representante legal, en ella se conoció el compromiso que la empresa tiene con la responsabilidad social empresarial, la disponibilidad de recursos para cumplir con los objetivos, de igual forma se analizó información de la empresa tal como la misión y la visión para así observar si los resultados obtenidos son los esperados y si éstos incluyen consideraciones sobre temas relacionados con la RSE. La Clínica Veterinaria San Agustín, a pesar de incluir en sus herramientas el compromiso con RSE, no ha cumplido satisfactoriamente las metas trazadas, pues se pudo comprobar que a pesar de que éstas tengan el compromiso no lo aplican, pues no

existe colaboración por parte de la empresa, en eventos sociales, por lo cual no se involucra con la comunidad en general, desconociendo así lo importante del cumplimiento con sus grupos de interés en materia de responsabilidad social.

4.2.3 Indicador de entrada. Describe la cantidad de solicitudes de servicios que hacen los clientes internos o externos a la unidad objeto de estudio. Aunque no se tiene claridad sobre un número exacto de solicitud de servicios, la empresa tiene clara la acogida por parte de su clientela en la prestación del mismo. Por tanto, diariamente se pueden atender aproximadamente hasta 20 casos de distinta índole en animales. Igualmente, se puede presentar emergencias externas que se deben asistir por solicitud del cliente.

4.2.4 Indicador de sociabilidad. En este indicador se relacionan los beneficios que la empresa ha aportado a todos aquellos que están directa o indirectamente relacionados con la misma. Para su medición se tuvo en cuenta los ofrecidos a sus empleados, los cuales reciben su ganancia por el trabajo realizado.

Igualmente, se ha notado que los trabajadores mantienen un ambiente laboral adecuado, pues están satisfechos con las condiciones que le brinda la empresa, además esta les brinda la oportunidad de integrarse con otras personas y de igual forma adquirir experiencia laboral.

A partir de los indicadores anteriores, se ve la necesidad de diseñar un cuadro con unas perspectivas para la Clínica Veterinaria San Agustín, con el fin de que ésta pueda tener una

herramienta para expresar y aclarar los objetivos e iniciativas necesarias, para alcanzar la estrategia planteada en la misión y visión de la empresa.

Así mismo cada objetivo tiene un indicador y una meta a alcanzar en cierto periodo de tiempo, con el fin de hacer medible el desarrollo de acciones y realizar un seguimiento al proceso.

FACTOR	OBJETIVO	INDICADOR	META
APRENDIZAJE	* Desarrollar liderazgo en el personal.	<u>Total líderes en la clínica</u> Número de empleados	* 6 líderes
	* Capacitar al personal de la clínica veterinaria	<u>Total Personas capacitadas</u> Total Personas programadas	* 6 empleados * 2 al año
PROCESOS	* Captar mercado aledaño * Ampliar el portafolio de servicios.	<u>Total de la demanda</u> Número servicios prestados	* La máxima * Abierta
CLIENTES	* Incrementar la clientela * Identificar las no conformidades de atención al cliente	<u>% clientes fijos</u> % clientes objetivo <u>Total de quejas</u> # promedio de clientes	* 10% anual Abierta
FINANCIERA	* Incrementar los ingresos de la clínica veterinaria	<u>Nuevos ingresos</u> Ingresos totales	* 10%
	* Uso óptimo de los activos.	<u>Rotación de activos</u> Ventas / act. totales	* 10%

Fuente: Autores del proyecto.

Con el fin de poder plantear los objetivos y las metas a alcanzar dentro de los indicadores de gestión establecidos, se tuvo en cuenta las necesidades que se tienen en la clínica veterinaria, con el fin que sean cifras reales y alcanzables. Para ello se tuvo en cuenta las perspectivas que rodea la empresa, como lo son: aprendizaje, procesos, clientes y financiera; a éstas le fueron

planteados ciertos objetivos, el cual cada uno cuenta con su indicador. En cuanto al aprendizaje, se tiene que debe existir liderazgo dentro de la empresa, para lo cual se cree necesario que cada uno de sus empleados sean líderes en su área, a los cuales se les brindará la capacitación necesaria, aspirando, según su indicador, que en su totalidad asistan a las mismas, programando el total de éstos.

En cuanto al proceso, se aspira ampliar el portafolio de servicios, de acuerdo a la demanda existente, esto se va creando teniendo en cuenta la necesidad de cada uno de los clientes y el servicio que se solicite.

Como toda empresa, existe la inconformidad por parte de los clientes en cuanto a cierto servicio prestado, para lo cual se realizará un buzón que recolecte las quejas que éstos tengan hacia la clínica veterinaria, buscando mejorar en el servicio. Igualmente, se buscará el incremento de usuarios del servicio, teniendo en cuenta los clientes que se encuentran y los que son objetivo para al empresa.

Finalmente, y para tener una mejor rentabilidad en la empresa, se buscará incrementar los ingresos de la clínica veterinaria, teniendo en cuenta que al ampliar el portafolio de servicios, las ventas del servicio podrán subir, lo que acarreará un mejor índice de liquidez para la entidad.

4.3 Formular el plan económico, definiendo de forma general los recursos requeridos para la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

4.3.1 Plan de Inversiones. Un plan de inversiones detallado, justificado y con sentido común es una buena garantía, no sólo de obtener financiación, sino de garantizar el futuro de la empresa. Hay que tener en cuenta que no todo el capital inicial aportado se puede dedicar a las inversiones iniciales. Habrá que mantener una parte para financiar a los clientes que tardarán en pagar y para afrontar los pagos cotidianos hasta que el negocio empiece a generar dinero.

Cabe destacar que el presupuesto de inversiones, debe cubrirlo el presupuesto de financiación.

Para presentar el balance de apertura de la clínica Veterinaria San Agustín, no se obtuvo la información necesaria, por lo cual no se pudo hacer referencia acerca de éste.

4.3.2 Financiación. El Plan de Financiación comprende los recursos propios y la financiación ajena a largo plazo de la empresa, destinados, en general, a financiar el activo permanente y a cubrir un margen razonable del circulante; incluye también los ingresos a distribuir en varios ejercicios, acciones propias y otras situaciones transitorias de la financiación básica. (Creación de empresas, 2012)

La financiación que se elija deberá ser de tal manera que no comprometa en gran modo y por mucho tiempo a la empresa. Esto con el fin de poder analizar a corto tiempo las ganancias. La diferencia entre los recursos permanentes que necesitamos y el capital social aportado será la deuda a largo plazo de la empresa. Para financiar esta deuda se debe recurrir principalmente a préstamos a medio y largo plazo y a ayudas o subvenciones.

Para la Clínica Veterinaria San Agustín, es factible la realización de una financiación a mediano plazo, lo cual podrá generar un balance próximo.

4.3.3 Previsión de Pérdidas y Ganancias. Con la relación de ingresos y gastos es fácil calcular el beneficio esperado. Es importante no engañarse en este punto. Una empresa, sobretodo en sus inicios no va a generar altas ganancias necesariamente desde el primer año. Si se prevé que el primer ejercicio se va a cerrar con pérdidas, esto se debe reflejar en esta previsión. Sin embargo, hay que tener muy claro cómo se van a recuperar esas pérdidas en los posteriores ejercicios. Lo importante es mantener una coherencia global en todo el proyecto y sostener las afirmaciones que se hagan con datos lo más objetivos posibles.

4.3.4 Previsión del Balance de Situación. El Balance de Situación es otro documento contable de uso generalizado que presenta la situación patrimonial de la Clínica Veterinaria San Agustín.

También hay que realizar una previsión, mensual para los primeros doce meses y anual para el resto de ejercicios.

Se debe realizar una previsión de cómo estará compuesto el activo de la empresa.

Igualmente, hay que detallar como se desglosa el pasivo de la empresa, fundamentalmente, qué grado de endeudamiento externo se va a alcanzar y si es una deuda a corto o a largo plazo. El Balance aporta una idea de cómo y en que se ha invertido el dinero que ha entrado en la empresa, de manera general.

4.3.5 Análisis del Punto de Equilibrio. Se llama punto de equilibrio al volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos de la Clínica Veterinaria San Agustín en su primer año de actividades. Para un volumen de ventas superior se tendrán beneficios, para un volumen inferior se cerrará con pérdidas.

De hecho, independientemente del valor exacto que puede tener el punto de equilibrio, su análisis va a proporcionar a su propietario, un profundo conocimiento de la estructura de costos de la empresa. Habrá que detallar cuáles serán los costos fijos, aquellos que se van a producir independientemente del volumen de ventas o servicios y cuáles serán los costos variables -es decir, relacionados directamente con las unidades producidas. Como norma general hay que tender a reducir los costos fijos y substituirlos por variables.

4.4 Proponer el esquema de aporte al desarrollo social, que es el conjunto de factores que vinculan el quehacer de la clínica veterinaria con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad

Etapas 1: Reconocimiento Situacional. Ésta consiste en realizar un recuento a la historia estratégica de la Clínica Veterinaria San Agustín, donde se tenga en cuenta el tiempo de funcionamiento de la misma.

Etapas 2: Reconocimiento de Valores Éticos y Sociales. En esta etapa se hará una revisión y reconocimiento de los valores que mediante la práctica, se han plasmado en los servicios de la Clínica Veterinaria San Agustín, ellos son:

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

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

Etapas 3: Reconocimiento de Valores Económicos y Políticos. En cuanto a los valores económicos y políticos, la Clínica Veterinaria San Agustín, tendrá en cuenta los siguientes:

Valores económicos. Servicio, trabajo, eficiencia, calidad, rentabilidad.

Valores políticos. Autonomía, pluralidad, participación, democracia y espíritu

comunitario. Esto teniendo en cuenta que en ningún momento se mezclarán con el interés político impartido por la democracia del país.

Etapa 4: Reconocimiento de las Debilidades de la Clínica Veterinaria San Agustín.

En su cuarta etapa, se sigue con el reconocimiento de las debilidades que a la presente muestra la Clínica Veterinaria San Agustín.

Cobertura comercial

Políticas escrita y pública de compromiso con RSE

Participación social y en comunidad

Campañas en favor del medio ambiente

Programa de protección y mejora al medio ambiente

Luego de ser analizados e identificadas las debilidades que presenta la Clínica Veterinaria San Agustín, se deberá propender por ubicar cada uno de ellos, buscando así la solución a los más importantes y prioritarios.

La solución que se le debe dar a cada uno de estos problemas presentados, deberá ser de manera que contribuya al mejoramiento en la calidad de vida desde sus empleados hasta la comunidad en general, buscando así el bienestar de la sociedad y finalmente de sus grupos de interés.

4.5 Formular una propuesta ambiental, identificando los aspectos de impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible

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

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

Como es de describir el medio ambiente produce influencias en la salud de las personas de muchas maneras a través de la exposición a factores de riesgo físicos, químicos y biológicos y por medio de los cambios relacionados con la conducta en respuesta a dichos factores. (WMA, 2016)

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

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

Aunque a nivel global, los directivos de las empresas incorporan cada vez más la variable ambiental al proceso de gestión para minimizar los impactos y que a su vez esta variable se convierte en un instrumento de gestión y optimización de los procesos, en Colombia esta variable se tiene en cuenta por los empresarios, pero sobre todo para evitar pérdidas a la empresa por sanciones de otras entidades relativas a daños ambientales, sin embargo el uso de esta variable integrada coherentemente a los procesos de gestión no está generalizada aún en las industrias Colombianas. (Hoof, 2007)

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

Ahorrar el uso de energía.

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

Utilizar fuentes de "energía verdes" o "limpias" (Producida por el sol, el viento, o el agua).

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

Preservación del Medio Ambiente.

Experiencias con el Entorno Interno.

En la medida que la Responsabilidad Social Empresarial pretende mejorar las condiciones de quienes trabajan en la Clínica Veterinaria San Agustín, unas de las problemáticas que ella debe abordar es la salud y seguridad de los trabajadores, el ambiente de trabajo, la no-discriminación, la justa remuneración, etc.

Actualmente son cada vez mayores las presiones para que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental. Estas se manifiestan principalmente en las demandas de los mercados externos vía el aumento de normas y estándares técnicos, producto de consumidores más exigentes, presiones de la sociedad civil y medios de información más poderoso; así como Gobiernos con normativas internas más exigentes.

El presente plan de manejo ambiental podrá estar sujeto a actualizaciones o modificaciones según lo determine la autoridad ambiental.

4.5.1 Propuesta ambiental. Nombre de la actividad. Plan de manejo ambiental para la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña.

Objetivo. Las medidas de manejo ambiental que se presentan en este plan, se prepararon con el fin de mantener las condiciones ambientales del área de influencia donde opera la Clínica Veterinaria San Agustín de Ocaña.

Esta empresa se preocupará y aspira a estar a la vanguardia de la protección y conservación del medio ambiente tratando que no se lesionen los derechos de las personas y de la naturaleza, para tal caso se propone realizar un análisis para tomar medidas dentro del plan de manejo ambiental del proyecto.

Responsable de la actividad. El responsable del plan de manejo ambiental, será la Clínica Veterinaria San Agustín, del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Plazo para la ejecución. El plazo para llevar a cabo el diseño del plan de manejo ambiental, será de treinta días, teniendo en cuenta solo los días hábiles. Los imprevistos que se puedan presentar, podrán ocasionar el alargue del plazo de ejecución.

Costos. En este punto, se dará a conocer los costos que acarrea la ejecución del plan de manejo ambiental, así:

Tabla 29

Honorarios

Ítem	Valor Total
Ingeniero Ambiental	1.500.000
Total	1.500.000

Fuente: Autores del proyecto

Los honorarios serán cancelados en forma global, ya que para las personas responsables del plan de manejo ambiental, solo estarán vinculadas a la empresa durante el tiempo que dure la

ejecución e implementación del mismo, para lo cual se ha estipulado un período de treinta días hábiles.

Para la realización del PGIRS, se deberán adquirir una serie de implementos y herramientas para poder ser implementado en la Clínica Veterinaria San Agustín.

Tabla 30.

Requerimiento físico

Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Canecas	10	3.000	30.000
Bolsas para basura	10	2.500	25.000
Señales de rutas	5	12.000	60.000
Total		17.500	115.000

Fuente: Autores del proyecto

Cabe aclarar, que los costos del requerimiento físico se plantean para el inicio de la propuesta.

Tabla 31.

Estimativos de costos anuales de manejo integral de residuos sólidos

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Servicio de aseo planta general	Mensual	12	450.000	5.400.000
Materiales y equipos de aseo	GI	1	580.000	580.000
Servicio de recolección	Mensual	12	12.000	144.000
Total			1.042.000	6.124.000

Fuente: Autores del proyecto.

El total de costos anuales con los que debe disponer la empresa para el manejo de los residuos sólidos, es de \$6.124.000.

Responsables del seguimiento. Los responsables del seguimiento serán: el gerente de la clínica, que estará encargado de la parte administrativa y de costos; y un Ingeniero Ambiental,

quien será el que hará el seguimiento al plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS), para que se realice de manera adecuada.

4.5.2 Estructura y guía del plan de manejo ambiental. La Clínica Veterinaria San Agustín, se transformará de tal manera que liderará y operará los procesos de gestión integral de residuos sólidos en el marco de operatividad de la misma, como alternativa con sentido y responsabilidad social y ambiental generando beneficios en términos de calidad de vida sobre la comunidad y la región, el entorno ambiental dando cumplimiento a las leyes y normas que regulan el sector.

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

Realizar una inspección diaria del aseo general en los frentes de trabajo y zonas aledañas, tomando las acciones correctivas que correspondan. Para que el plan de manejo ambiental sea eficaz y eficiente se hace necesario realizar visitas de monitoreo y evaluación con el fin de detectar posibles problemas e inconvenientes a presentarse y de la misma manera tomar los correctivos necesarios para el mismo, así como el identificar los impactos a manejarse, las acciones a desarrollar, las etapas de aplicación y los responsables de la ejecución del mismo.

Para la realización del plan de manejo ambiental, se debe tener en cuenta el plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS), el cual brinda la base de una buena caracterización de residuos manejados por las empresas, en este caso la Clínica Veterinaria San Agustín.

Una de las acciones que permite proteger y preservar el medio ambiente es utilizar, en forma eficiente, los recursos naturales para evitar o minimizar la generación de residuos. La reducción en la fuente constituye la base fundamental del manejo integral de los residuos sólidos. Los residuos que inevitablemente se producen deben aprovecharse al máximo, mediante diferentes alternativas que permiten hacerlo, como son:

Reutilización

Reciclaje

Incineración con recuperación de energía

Compostaje

Para los residuos sólidos que no pueden aprovecharse, queda la alternativa de una disposición final adecuada. Esta separación en la fuente permite obtener una mejor calidad de los materiales con valor de recuperación, optimizar su aprovechamiento y por ende, conservar los recursos naturales y disminuir los impactos negativos sobre el medio ambiente.

4.5.2.1 Separación en la fuente de generación. La separación en la fuente se justifica cuando existen mercados para los materiales separados.

Los residuos sólidos deben separarse en la fuente de generación, mediante la utilización de por lo menos, tres (3) recipientes de diferente color, de la siguiente manera:

Residuos aprovechables. Se debe depositar en un recipiente de color blanco y con limpieza previa, los productos de cartón, vidrio, papel, plástico, metales, textiles y cueros entre otros, que la clínica veterinaria deseche.

Residuos de alimentos o similares. Depositar en un recipiente de color negro los residuos de alimentos tales como: cáscaras, restos vegetales y frutas, sobras de comida, residuos de jardinería o materiales similares.

Residuos peligrosos. Depositar en un recipiente de color rojo los residuos con características peligrosas, tales como:

Infeciosos: hospitalarios (patógenos)

Tóxicos: plaguicidas y cloroanilinas.

Residuos institucionales. Las instituciones como la Clínica Veterinaria San Agustín y otras fuentes de generación de residuos sólidos, pueden utilizar para su manejo interno un mayor número de recipientes y colores debido a la diversidad de residuos que generan y al manejo que requieren dichos residuos.

Residuos industriales. A nivel industrial se debe llevar a cabo una serie de procedimientos que conduzcan a la separación de los residuos, incluyendo la separación de los no peligrosos. De acuerdo con la cantidad generada de estos residuos, las industrias diseñarán e implementarán planes o programas para la separación, el manejo y el control de éstos.

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

5. Conclusiones

Al realizar el diagnóstico situacional acerca de la responsabilidad social empresarial de la Clínica Veterinaria San Agustín, especificando su capacidad normativa, operacional, económica, social y ambiental, se conoció el poco compromiso existente por parte de la empresa en temas de RSE, lo cual hace que esta empresa no cumpla a cabalidad con la misma, a pesar de existir una satisfacción por parte de sus empleados y clientes en el servicio recibido.

Para establecer los indicadores de gestión de la Clínica Veterinaria San Agustín, de la ciudad de Ocaña, se tuvo en cuenta la actividad de la misma, por tanto sus indicadores arrojaron muy poca información. Para ello se dieron los indicadores de calidad del servicio, efectividad, entrada y sociabilidad. Igualmente, se propuso un cuadro con algunas perspectivas y objetivos, con metas a corto plazo, esto con el fin de aumentar su rentabilidad.

Se formuló un plan económico, definiendo de forma general los recursos requeridos para la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado para la Clínica Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña, todo esto teniendo en cuenta que la empresa ha venido laborando de manera empírica, y no conoce de estas herramientas que pueden ser valores para su rentabilidad y competitividad.

Igualmente se propuso un esquema de aporte al desarrollo social, buscando así que la empresa tenga en cuenta estos factores que la puedan vincular al quehacer de la misma con el contexto poblacional en el que actúa, permitiendo contribuir a la calidad de vida y el bienestar de

la sociedad, ayudando así a trabajar por su responsabilidad social dentro de los grupos de interés con los que interactúa.

Finalmente, se formuló una propuesta ambiental, identificando los aspectos de impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible. Esto con el fin que la empresa sea socialmente responsable con el medio ambiente y así mismo, con la comunidad que la rodea.

6. Recomendaciones

La empresa debe tener en cuenta el compromiso que tiene con el medio en temas de RSE, con el fin que de cumplimiento con sus grupos de interés, y refleje en ellos el interés por mantener su visión, misión y objetivos en responsabilidad social, brindando satisfacción por parte de sus empleados y clientes en el servicio recibido.

Tener en cuenta el plan económico formulado, y velar porque la empresa se muestre de una manera competitiva, estructurándose de manera administrativa, contable y financiera.

Aplicar el esquema de aporte al desarrollo social propuesto, de manera que la empresa cree y aplique los valores corporativos, que la muestren como una empresa competitiva.

Buscar emitir campañas de protección del medio ambiente, mediante programas con la comunidad y sus grupos de interés, mostrando una propuesta ambiental, que la identifique como una empresa socialmente responsable con el medio ambiente y así mismo, con la comunidad que la rodea.

Referencias

- Argandoña, A. (2008). *Teoría de los stakeholders*. Barcelona: Universidad de Navarra.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2005). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid.
- Banco de Bogotá. (2005). *RSE*. Obtenido de www.bancodebogota.com/portal/page?_pageid=1773,163299075&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Bancolombia. (2008). *RSE*. Obtenido de www.grupobancolombia.com/home/index.asp
- Boletín Iram. (2006). *Norma ISO 26000*. Obtenido de www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf
- Cajiga, J. F. (2007). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. México: Cemefi.
- Cardona, A. (2004). *Proyecto de balance social para la empresa CI Color Siete SA*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- CENS. (2010). *Responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.cens.com.co/>
- Creación de empresas. (2012). *Plan económico y financiero*. Obtenido de <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>
- Crediservir. (2007). *Historia de la cooperativa Crediservir*. Obtenido de www.crediservir.com
- DERES. (2010). *Manual para la preparación e implementación del balance social*. Uruguay: Deres.
- DJ, M. (2006). *Veterinary medicine, an illustrated history*. Obtenido de www.definicionabc.com/salud/medicina-veterinaria.php
- Enciclopedia de Economía. (2011). *Balance social*. Obtenido de www.economia48.com/spa/d/balance-social/balance-social.htm
- Escobar, G. A. (2010). *Responsabilidad social empresarial aplicada a la clínica CES*. Obtenido de

<http://bdigital.ces.edu.co:8080/dspace/bitstream/123456789/854/2/Responsabilidad%20Social.pdf>

ESPO. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de www.laespo.com

Estrategias Gerenciales. (2010). *Indicadores de gestión*. Obtenido de www.iue.edu.co/documents/emp/comoGerenciar.pdf

Freed, D. (2010). *Conceptos de administración estratégica*. México: McGraw Hill.

Fundación Cordón del Plata. (2010). *Manual de primeros pasos en RSE*. Obtenido de www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf

Fundibeq. (2012). *Norma ISO 14001*. Obtenido de www.fundibeq.org/opencms/export/sites/default/PWF/downloads/gallery/methodology/tools/gestion_ambiental.pdf

Gray, & Friedman, R. (1996). *Capitalism and Freedom*. Chicago: Universidad de Chicago.

Hoof, B. V. (2007). La evolución y el futuro de la producción más limpia en Colombia. *Revista de Ingeniería*, 23.

IDEA. (2011). *El balance social*. Argentina: Idea.

Minhacienda. (2008). *Normativa*. Obtenido de www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/Minhacienda/haciendapublica/normativa

Ramírez, J., & Franco, E. (2011). *Responsabilidad social empresarial: estudio de caso para la empresa Publiter Ltda., con base en la norma técnica colombiana GTC 180*. Bogotá: Universidad de la Salle.

Rodríguez, J. M. (2007). *Responsabilidad social de la empresa. Una revisión crítica a las principales teorías*. México.

Rojas, A. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de Rojas, A. L. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen%20Colombia.pdf>

Rovira, M. (2002). *El proceso de elaboración del informe medioambiental*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Salazar, C. (2011). *Clasificación de las empresas*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/csalazarc/clasificacion-de-las-empresas-8449686>

- Social Accountability International. (2001). *Norma SA-8000*. Obtenido de www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf
- Superindustria. (2011). *Ley 1480 de 2011*. Obtenido de www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf
- Tamayo, M. (1999). *Serie aprender a investigar. Módulo 2: La investigación*. Bogotá: Icfes.
- Uribe, A. (2005). *Ética, responsabilidad social y empresa*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- WMA. (2016). *Salud y medio ambiente*. Obtenido de <http://www.wma.net/es/20activities/30publichealth/30healthenvironment/>

Apéndice

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los clientes de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
CONTADURÍA PÚBLICA**

Objetivo: Identificar variables de responsabilidad social empresarial (les) de la Veterinaria San Agustín

CUESTIONARIO	SI	NO	A VECES
1. ¿Comunica la empresa aspectos sobre la calidad, el servicio, el precio, aspectos medioambientales y sociales positivos o negativos de sus productos?			
2. ¿Se trabaja por un programa de investigación acerca de productos y servicios sostenibles, para su futura comercialización?			
3. En cuanto a los productos y servicios de la empresa ¿Crees que tienen efectos positivos en el área de la salud, seguridad, medio ambiente y en temas sociales?			
4. ¿Cuenta la organización con una política que explicita el compromiso de servicio a la venta y a la post-venta que se tiene con los consumidores y clientes?			
5. ¿Existe en la organización un procedimiento formal para conocer la satisfacción de sus clientes y consumidores?			
6. ¿Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece?			
7. ¿Ofrece la organización garantías sobre sus productos o servicios de forma transparente y sin letra “pequeña”?			
8. ¿Cuenta la organización con un proceso formal de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada?			
9. ¿Se evalúa a los clientes existentes o nuevos con base en criterios RSE?			

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice B. Formato de encuesta dirigido a los trabajadores de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
CONTADURÍA PÚBLICA**

Objetivo: Identificar variables de responsabilidad social empresarial (rse) de la Veterinaria San Agustín en relación con sus trabajadores.

CUESTIONARIO	SI	NO	A VECES
1. ¿En el perfil de los puestos de trabajo se tiene en consideración los conocimientos de la RSE como una de las condiciones a cumplir para la contratación de un candidato?			
2. ¿Se encuentran dentro del organigrama, claramente especificado el departamento o persona encargada del área de RSE?			
3. ¿La empresa establece un fácil acceso para la participación del personal?			
4. ¿Lleva a cabo la empresa reuniones de información/comunicación sobre decisiones estratégicas importantes o eventos en los que participa?			
5. ¿La empresa fomenta la igualdad de oportunidades, no discriminación en sus contrataciones o la conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores?			
6. ¿Cuenta la organización con un programa o comité de seguridad e higiene en el trabajo?			
7. ¿El lugar de trabajo se encuentra debidamente ventilado, iluminado y con las instalaciones sanitarias suficientes y limpias?			
8. ¿Se realización encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y se aplicación de planes de mejora?			
9. ¿Crees que los salarios son justos y equivalentes comparándolos con otras empresas del sector?			
10. ¿Crees que en los procesos de salida de los trabajadores (sea involuntaria o voluntaria) se actúa de manera profesional?			
11. ¿Se realiza un informe anual (público) sobre el medio ambiente? divulgación de información ambiental específica para todos los grupos de interés como los empleados, los clientes, proveedores, instituciones...			
12. ¿Se lleva a cabo una certificación del informe anual ambiental por un profesional independiente en caso de tener la posibilidad de ponerlo enmarcha?			
13. ¿Tiene la organización vigente al menos un sistema de gestión ambiental reconocido, como puede ser la ISO14001 o un sistema equivalente?			

14. ¿Cuenta la organización con un programa de protección y mejora del medio ambiente, en relación a su proceso productivo?			
15. ¿Se promueve el reciclado de insumos y otros productos?			
16. ¿Se promueve el ahorro en el consumo de agua y energía?			
17. ¿Existen síntomas de que la organización se relacione con entidades que participen en actividades antisociales?			
18. ¿Los mecanismos para resolver conflictos con los grupos de interés son legítimos, accesibles y legítimos?			
19. ¿Se respetan en la organización los derechos fundamentales de trabajo, civiles y políticos?			

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Apéndice C. Formato de encuesta dirigida al representante legal y contador público de la Veterinaria San Agustín de la ciudad de Ocaña.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
CONTADURÍA PÚBLICA**

Objetivo: Obtener información relacionada con la RSE, con el fin de formular un modelo de balance social e indicadores de gestión.

CUESTIONARIO	SI	NO	A VECES
1. La empresa está comprometida con temas de RSE; disponibilidad de recursos para realizar objetivos de RSE; involucramiento del personal y de sus grupos de interés en la formulación de políticas de RSE			
2. ¿En la misión, visión y valores de la empresa se incluyen consideraciones sobre temas relacionados con la RSE?			
3. ¿Existe una transparencia y honestidad sobre todas las operaciones de la empresa?			
4. ¿La empresa conoce las necesidades, las oportunidades y las amenazas en la cadena de valor?			
5. ¿La empresa colabora con proveedores, clientes, otras empresas, las Instituciones públicas y las ONG'S, para potenciar sinergias y buenas prácticas empresariales?			
6. ¿La empresa patrocina eventos sociales; promueve el trabajo voluntario por parte del personal, está involucrada en la educación u otros sectores de la sociedad; organiza eventos de RSE?			
7. ¿Se tienen herramientas o mecanismos de comunicación interna en la organización, a través de los cuales se difunden los avances logros respecto del programa de RSE?			
8. ¿Tiene la empresa una política escrita y pública que la comprometa a la plena revelación pública de toda la información financiera, ambiental y social pertinente? Ejemplo: Memoria de RSE			
9. ¿Lleva a cabo la empresa una divulgación pro-activa de información sobre RSE a los medios de comunicación (por ejemplo, a través de comunicaciones de prensa); gestión de la relación con los medios; cartas y artículos en revistas y periódicos?			

10. ¿Cuenta la empresa con normas y procedimientos que garanticen el trato equitativo de todos los accionistas, incluyendo el acceso a la información y a la capacidad de los accionistas de ejercer sus derechos?			
11. ¿Se prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas?			
12. ¿Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la organización?			
13. ¿Se llevan a cabo programas regulares de auditoría y evaluación en materia ética, valores y RSE, para ser conscientes de los resultados al poner en marcha dichas estrategias?			
14. ¿Se permite la libertad de asociación de grupos de colaboradores organizados y/o sindicatos en el interior del local de trabajo?			
15. ¿Promueve la organización actividades sociales en las que puedan participar todos los grupos de interés?			
16. ¿Mantiene la organización una política expresa que señale la intención de apoyar el desarrollo de las comunidades donde opera?			
17. ¿Se colabora en obras destinadas a prestar servicios de asistencia a la comunidad (salud, educación, cultura, acciones cívicas)?			

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!