	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		i()	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ZULAY TATIANA CLARO CLARO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURÍA PÚBLICA		
DIRECTOR	YESID CASTRO CHINCHILLA		
TÍTULO DE LA TESIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL AREA CONTABLE Y FINANCIERA DE LA EMPRESA NORGAS SA ESP UBICADA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>MUCHAS PERSONAS YA CONOCEN EL SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉSTE 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, ESOS FACTORES HACEN QUE CADA VEZ MÁS LAS EMPRESAS APLIQUEN CRITERIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 95	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 21	CD-ROM: 1



RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL AREA CONTABLE Y FINANCIERA DE LA
EMPRESA NORGAS SA ESP UBICADA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE
SANTANDER

AUTOR:

ZULAY TATIANA CLARO CLARO

Trabajo de grado para Optar el título de Contador público.

Director:

YESID CASTRO CHINCHILLA

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

Ocaña, Colombia

Octubre de 2017

Agradecimientos

La autora del trabajo de grado expresa sus agradecimientos al director del trabajo de grado YESID CASTRO CHINCHILLA, por su guía y acompañamiento en el proceso de graduación.

Índice

Capítulo 1. Responsabilidad social en el área contable y financiera de la empresa Norgas SA ESP ubicada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 General.....	2
1.3.2 Específicos.....	2
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitación.....	4
1.5.1 Conceptual.....	4
1.5.2 Operativa.....	4
1.5.3 Temporal.....	4
1.5.4 Geográfica.....	5
Capítulo 2. Marco referencial.....	6
2.1 Marco histórico.....	6
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional	6
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel naciona	7
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local.....	9
2.2 Marco conceptual.....	12
2.2.1 Contabilidad.....	12
2.2.1 Empresa.....	12
2.2.2 Gas Licuado del Petróleo.....	12
2.2.3 Activo fijo o permanente.....	13
2.2.4 Contabilidad.....	13
2.2.5 Fines de la contabilidad.....	13
2.2.6 Normas contables.....	14
2.2.7 Estados financieros.....	14
2.2.8 Características de la información contable.....	15

2.2.9	Objetivos de la contabilidad	16
2.2.10	Partes del ciclo contable	17
2.2.11	Libros de contabilidad	18
2.2.12	Responsabilidad social empresarial	18
2.2.13	Responsabilidad social corporativa	18
2.2.14	Ventajas de la responsabilidad social para la empresa. Además de contribuir a.....	19
2.2.15	Matriz DOFA.....	19
2.2.16	Estructura organizacional	19
2.2.17	Estructura administrativa	20
2.3	Marco teórico	20
2.3.1	La teoría de los grupos de interés	20
2.3.2	La teoría de la legitimación	21
2.3.3	Teoría de la política económica.....	21
2.3.4	La teoría institucional	22
2.3.5	La teoría de la dependencia de recursos	23
2.4	Marco legal.....	23
2.4.1	Constitución Política de Colombia.....	23
2.4.2	Código del comercio colombiano.....	24
2.4.3	Ley 142 de 1994. Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones.....	24
2.4.4	Proyecto de Ley 70 de 2010	26
2.4.5	Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales	29
Capítulo 3. Diseño metodológico		32
3.1	Tipo de investigación.	32
3.2	Población.....	32
3.3	Muestra.....	33
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	33
3.5	Procesamiento y análisis de la información.	33
Capítulo 4. Presentación de resultados		34

4.1 Diagnóstico situacional de la empresa, por medio de la matriz FODA, con el fin de conocer su responsabilidad social.....	34
4.2 Impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Norgas, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma.....	58
4.3 Establecer porque en los estados financieros de la empresa no se refleja la responsabilidad social.....	65
Capítulo 5. Conclusiones	72
Capítulo 6. Recomendación	73
Referencias	74
Apéndice.....	77

Lista de tablas

Tabla 1. Nociones del significado de responsabilidad social empresarial (rse)	34
Tabla 2. Proyecciones económicas de la empresa	35
Tabla 3. Retos sociales y económicos	36
Tabla 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento	37
Tabla 5. Necesidad de las estrategias antes mencionadas	38
Tabla 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad.	39
Tabla 7. Número de empleados tiene contratados actualmente	40
Tabla 8. Forma de contratación utiliza.	41
Tabla 9. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa	42
Tabla 10. Beneficios sociales.	43
Tabla 11. Estrategia de mejoramiento existen para el área contable y financiera	44
Tabla 12. Herramientas contables como libros y sistemas contables.	45
Tabla 13. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.	46
Tabla 14. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.	47
Tabla 15. Importancia de la responsabilidad social.	48
Tabla 16. Estrategias utiliza sobre responsabilidad social	49
Tabla 17. Fortalezas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.	50
Tabla 18. Debilidades que posee la responsabilidad social en su empresa.	51
Tabla 19. Amenazas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.	52
Tabla 20. Oportunidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa.	53
Tabla 21. Matriz DOFA de la situación actual de las empresas.	57
Tabla 22. Modelo de balance de responsabilidad social	70

Lista de figuras

Figura 1. Nociones del significado de responsabilidad social empresarial (rse)	34
Figura 2. Proyecciones económicas de la empresa.	35
Figura 3. Retos sociales y económicos	36
Figura 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento	37
Figura 5. Necesidad de las estrategias antes mencionadas	38
Figura 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad	39
Figura 7. Número de empleados tiene contratados actualmente	40
Figura 8. Forma de contratación utiliza.	41
Figura 9. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa	42
Figura 10. Beneficios sociales.	43
Figura 11. Estrategia de mejoramiento existen para el área contable y financiera	44
Figura 12. Herramientas contables como libros y sistemas contables.	45
Figura 13. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.	46
Figura 14. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.	47
Figura 15. Importancia de la responsabilidad social.	48
Figura 16. Estrategias utiliza sobre responsabilidad social	49
Figura 17. Fortalezas considera que posee la responsabilidad social en su empresa	50
Figura 18. Debilidades que posee la responsabilidad social en su empresa.	51
Figura 19. Amenazas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.	52
Figura 20. Oportunidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa.	53
Figura 21. Proceso contable social	65

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa Norgas SA ESP.	77
--	----

Resumen

Existen diferentes maneras de definir la responsabilidad social empresarial, pero realmente es un compromiso social con el medio que rodea a la empresa; la teoría dice que son esos compromisos legales o éticos por el impacto que la empresa ha dado en el mundo; en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar el negocio (Gerencie.com, 2017).

Muchas personas ya conocen el significado de responsabilidad social y éste 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.

Esos factores hacen que cada vez más las empresas apliquen criterios de responsabilidad social corporativa, siendo esta la inquietud de la ciudadanía por problemas ambientales y estas cada vez afectan más a los criterios de compra y de inversión en los productos de las empresas. Además, las actividades de las empresas se ven expuestas a la sociedad con mucha más fuerza que en otros momentos gracias a los nuevos medios de comunicación, la información fluye más en un entorno globalizado.

Introducción

El trabajo de grado tuvo como fin, la evaluación de la responsabilidad social de la empresa Norgas S.A, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, como respuesta a una necesidad real y actual, el identificar responsabilidades y acciones en torno a un concepto llamado “sostenibilidad” y que dentro de su multiplicidad de definiciones se sintetiza en la búsqueda del equilibrio de todos los componentes, que permitan identificar esa sutil diferencia entre ejecutar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial – RSE y ser una empresa socialmente responsable.

Para el desarrollo de la investigación, se tomó como referente los antecedentes, conceptos, teorías, contexto y leyes relacionadas con el tema de investigación, de otra parte los objetivos que se desarrollaron fueron, la realización de un diagnóstico situacional de la empresa, por medio de la matriz FODA, con el fin de conocer su responsabilidad social. Se determinó el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Norgas, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma y se estableció porque en los estados financieros de la empresa no se refleja la responsabilidad social.

El desarrollo de los anteriores objetivos específicos llevo a plantear conclusiones y recomendaciones las cuales se espera sean tenidas en cuenta por la empresa y así lograr mejorar tanto interna como externamente.

Capítulo 1. Responsabilidad social en el área contable y financiera de la empresa Norgas SA ESP ubicada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema.

La responsabilidad social empresarial, es un compromiso social con el medio que rodea a la empresa; siendo estos compromisos legales o éticos por el impacto que las empresas han dado en el mundo; en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar nuestro negocio. 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. (Duarte, 2015)

Sin embargo, durante los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales. De otra parte el concepto de responsabilidad social para los empresarios es un tema que se ha centrado más en asuntos de tipo contable, financiero y producción más limpia, que, sin lugar a duda, es uno de los frentes de gran atención por la importancia que ello reviste para la empresa y la misma humanidad, pero no debe ser el único. Aspectos como la educación, salud, vivienda, infraestructura productiva y social y la alimentación son muy poco atractivos por quienes se interesan en este tema. (Cajiga Calderon, 2014)

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

1.2 Formulación del problema.

¿Qué aspectos se pueden mejorar con la responsabilidad social empresarial, en la empresa Norgas de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos.

1.3.1 General. Realizar un análisis de la responsabilidad social en el área contable y financiera de la empresa NORGAS SA ESP ubicada en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico situacional de la empresa, por medio de la matriz FODA, con el fin de conocer su responsabilidad social.

Determinar el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Norgas, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma.

Establecer porque en los estados financieros de la empresa no se refleja la responsabilidad social.

1.4 Justificación.

La responsabilidad social radica en la importancia de que todas las empresas deben centrar sus esfuerzos en mostrarse como empresas socialmente responsables con el fin de mejorar el posicionamiento de su imagen de marca ante sus partes interesadas. En estos casos, la RSE no pasa de ser un conjunto de buenos propósitos que el área de mercadeo se encarga de difundir a través de múltiples medios de comunicación, tales como su sitio de Internet, las redes sociales y/o su informe de gestión anual.

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que la responsabilidad social empresarial debe ser entendida desde varios aspectos. En primer lugar, permite que las empresas desarrollen una visión integral del futuro que incluya la comunidad donde actúa y la sociedad en general. En segundo lugar, implica nuevas formas de organización con mecanismos reales de eficiencia y productividad para sus trabajadores, todo lo cual redundará en ganancias y utilidades presentes y futuras. En tercer lugar, implica que su proyección interna y externa promueva la participación activa de sus trabajadores en las actividades que desarrolla la sociedad (Alegria Cueto, 2016).

Por último la responsabilidad social es muy importante en el éxito de los negocios a largo plazo y actuales que la responsabilidad social empresarial, (RSE) se ha convertido en un proceso ampliamente reconocido para los negocios en los últimos tiempos. Por lo que los empresarios señalan que la responsabilidad social empresarial es una evolución de la ética empresarial ya que involucra balancear las expectativas sociales de todos. De esta manera, se evidencia la necesidad de analizar la responsabilidad social empresarial con el fin de contribuir a mejorar el servicio, crecimiento y desarrollo de las empresas dedicadas a la comercialización de gas propano en la ciudad de Ocaña.

1.5 Delimitación.

1.5.1 Conceptual. La presente investigación estuvo enmarcada en los siguientes conceptos: Empresa, gas licúalo del petróleo, activo fijo o permanente, contabilidad, fines de la contabilidad, normas contables, estados financieros, características de la información contable, objetivos de la contabilidad, partes del ciclo contable, libros de contabilidad, responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, ventajas de la responsabilidad social para la empresa, matriz FODA, estructura organizacional, estados financieros y estructura administrativa.

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

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

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado fue llevado a cabo en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, específicamente en la empresa Norgas S.A.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico.

2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional. A pesar de todo lo que se ha evolucionado como seres humanos, del desarrollo que han alcanzado algunos países y de las nuevas tecnologías e investigaciones, se sigue encontrando en el mundo problemas, antiguos y otros nuevos, que no hemos sido capaces de resolver como humanidad. Esto se ve reflejado en desigualdad social, pobreza extrema, personas que no han podido terminar su educación, personas excluidas y vulnerables, población que envejece con mala calidad de vida, corrupción, manifestaciones en las calles, descontento social en diferentes países, calentamiento global, mala calidad del aire y del agua, entre otros.(Rodriguez, 2013)

La RSE, nace en el primer cuarto del siglo XX y se fortalece en los 50's y 60's. Se inicia con la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, ésta debe devolverle a la sociedad los beneficios que genera por ese uso. Han pasado los años y estas corrientes van evolucionando. Así como en un comienzo sólo se hablaba de que eran las empresas responsables de esto, ahora se han sumado incluso organizaciones de la sociedad civil, del estado y de las ONG, entre otras. En sus inicios se hacían acciones de filantropía (regalos a fundaciones u hogares, entrega de materiales a colegios, aportes en dinero u otro) y ahora se asocia más a la gestión. Es decir, las organizaciones deben hacerse cargo de su cadena de valor, de los impactos negativos y positivos de su quehacer como organización, de los productos y servicios que ofrecen, de la calidad de vida de los trabajadores, por mencionar algunas. (Rodriguez, 2013)

El concepto de responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa (RSE o RSC respectivamente), surge en estados unidos a finales de los años 50 y principios de los 60. Contrario a que lo se piensa comúnmente, la responsabilidad social empresarial va más allá de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. Se la considera como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas y en los procesos de toma de decisiones, y que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos. (Araujo, 2009)

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. (Araujo, 2009)

2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional. La historia de la responsabilidad social en Colombia tiene una prolongada y rica

trayectoria que poco se ha dado a conocer. Por eso, se proporcionará una breve reseña de ésta. En primer lugar, Colombia es un país de contrastes:

Vivimos y trabajamos con gran empeño ya que no sabemos si como personas tendremos por venir. De esto siempre pretendemos sacar lo mejor y, no en vano, se afirma que somos uno de los países más felices del mundo, a pesar de que vivimos en un entorno violento, donde existen grandes índices de pobreza y hambruna, cifras inimaginables, pues el 13% de la población infantil sufre algún grado de desnutrición. Datos que avergüenzan a toda la sociedad, sumados al conflicto armado que ha aumentado en la última década por el influjo de dineros del narcotráfico. (Correal, 2009)

No obstante, las cifras muestran que la economía creció 6,8%, la pobreza se redujo, pues pasó de 55% a 45%, lo que implicaría que supuestamente 4 millones de colombianos salieran de pobres; aunque aún mueren niños de hambre u otros que sólo tienen una comida o acaso consumen una pobre ración al día, mientras que otros sufren por maltrato infantil cuya violencia intrafamiliar sigue en aumento. 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%. (Correal, 2009)

A pesar de este panorama tan desigual y desalentador, logramos sacar una ventaja que **GESTIÓN & SOCIEDAD** contribuye a explicar los esfuerzos que los empresarios colombianos han logrado en el campo social. Los aportes del sector privado para la construcción de la sociedad no son sólo intervenciones directas, también constituyen formas particulares de

financiar programas estatales e inversiones que se canalizan a través de organizaciones sin fines de lucro, cuyos aportes en alguna medida se aprovechan. En primer lugar, la RSE es importante para el sector privado, pues se considera necesario asumir responsabilidades frente a la comunidad. De acuerdo con la encuesta sobre responsabilidad social realizada en 2004 por ANIF, de 850 empresas afiliadas sólo 98 dieron respuesta a ésta; aquí se destaca que el 50% de las empresas hace un balance social, un tercio realiza informe de gestión social y tres de cada cuatro hacen aportes a fundaciones. En segundo lugar, el sector privado creó una serie de programas voluntarios que posteriormente se convirtieron en ley y hoy financian directamente tanto organizaciones no gubernamentales como estatales. (Correal, 2009)

Igualmente, de ese análisis se desprenden otras consideraciones que pueden enfocar acciones hacia ámbitos de índole educativa, de fomento y prevención en salud, nutrición, buenas prácticas, medio ambiente, cultura, recreación, empresa y crecimiento profesional y tecnológico, así las cosas, podríamos contemplar una serie de categorías en materia de responsabilidad social empresarial, las cuales responden a lineamientos claros en tres vertientes primordiales: la humana, de formación y desarrollo y la de conservación del medio ambiente. (Portafolio.com, 2009)

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

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Ocaña, no se hallaron antecedentes del tema, se tomó dos investigaciones realizadas en el sector solidario, y los resultados de estas se exponen a continuación:

Hoy en día la responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización (Portar etico del contador, 2007).

En la investigación realizada en la ciudad de Ocaña se tuvo en cuenta un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, utilizando la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social, se determinó el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma, proponiendo un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa del sector solidario (Meza Espinosa, 2007).

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

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

información la encuesta. Con lo cual se puede concluir que las empresas que tienen por política la responsabilidad social poseen importantes fortalezas y oportunidades, lo cual la hace ser fuerte, aunque no se puede desconocer que también poseen debilidades y amenazas las cuales se deben contrarrestar con estrategias que ayuden a superar dichas dificultades(Quintero, 2015).

La manera de abordar este desafío es, en primer lugar, conociendo a fondo todos los aspectos que rodean al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, punto no menor si se trata de elaborar una estrategia de desarrollo consistente que permita a las empresas abordar de manera efectiva las distintas áreas del concepto, teniendo en cuenta lo anterior se puede determinar que el sector solidario, contribuyendo a la sostenibilidad de economía regional. (Quintero, 2015)

Para el desarrollo del trabajo de grado se tuvo en cuenta la identificación de los beneficios que ha traído la responsabilidad empresarial a las empresas sin ánimo de lucro en la sociedad colombiana, la realización de un diagnóstico situacional de las empresas sin ánimo de lucro, teniendo en cuenta la Norma Técnica Colombiana ISO 26000, con el fin de conocer su responsabilidad social y económica en la ciudad y la elaboración de un programa de Responsabilidad Social con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de las empresas sin ánimo de lucro y así mejorar su aspecto económico y social, lo anterior permitido determinar unas conclusiones y recomendaciones del trabajo(Daza, 2015).

Por último se debe decir que la metodología utilizada se puede decir que se manejó la investigación descriptiva, aplicando a los 152 representantes legales de las empresas sin ánimo de

lucro una encuesta elaborada con un cuestionario de preguntas cerradas, siendo los resultados de esta expuesta de forma cuantitativa y cualitativamente.(Daza, 2015)

2.2 Marco conceptual.

2.2.1 Contabilidad. La Contabilidad es un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio. De tal manera que, se constituya en el eje central para llevar a cabo los diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada(Finney, 2006).

2.2.1 Empresa. Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo.(Espinosa, 2012)

2.2.2 Gas Licuado del Petróleo. El GLP o Gas Licuado de Petróleo, mejor conocido como gas en cilindro o gas propano, es un combustible que proviene de la mezcla de dos hidrocarburos principales: el propano (C₃H₈) y el butano (C₄H₁₀) y otros en menor proporción. Es obtenido de la refinación del crudo del petróleo o del proceso de separación del crudo o gas natural en los pozos de extracción. Los gases que componen el GLP son los productos que se desprenden a lo largo del proceso, quedando libres de azufre, plomo y con bajo contenido de

carbón, convirtiéndolo en una energía limpia, amigable y socio de los recursos naturales renovables (Blanco, 2015).

Esta mezcla de hidrocarburos permanece gaseosa en condiciones ambientales, pero se convierte a un estado líquido cuando se somete a presiones moderadas, lo que facilita su transporte y no requiere de grandes infraestructuras ni complicadas redes para su distribución, haciéndolo muy atractivo para consumo en áreas remotas y/o rurales donde las redes de Gas Natural no pueden llegar, acercando las comunidades alejadas a una energía moderna. (Blanco, 2015)

2.2.3 Activo fijo o permanente. Es un activo tangible de naturaleza relativamente permanente que normalmente no está disponible para la venta. Generalmente incluye las propiedades, plantas, equipos y recursos naturales. Los activos se dividen en dos grandes grupos: los sujetos a depreciación (edificio, maquinarias, herramientas y equipos); y los no sujetos a depreciación como los terrenos. (Economía simple.net, 2016)

2.2.4 Contabilidad. Es el nombre genérico de todas las anotaciones, cálculos y estados numéricos que se llevan a cabo en una empresa con objeto de proporcionar una imagen numérica una base de cifras y una justificación en cifras para orientar las actuaciones de gerencia. (Fernández, 2016)

2.2.5 Fines de la contabilidad. Los propósitos fundamentales de la contabilidad son los siguientes:

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

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

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

Prever con bastante anticipación el futuro de la empresa.

Servir como comprobante y fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a lo establecido por la ley.(Fernandez, 2016)

2.2.6 Normas contables. El funcionamiento de la contabilidad es regulado por las normas contables, que debido a diferencias de carácter fiscal, cultural, económicas y políticas, pueden ser muy diferentes en cada país, lo que dificulta la comparabilidad de la información publicada por las empresas en distintos países. Estas normas pueden ser aprobadas de forma legal o pueden estar reguladas por entidades privadas de carácter profesional. Su contenido incluye los principios, reglas y prácticas necesarias para preparar los estados financieros.(Colegio de auditores, 2016)

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

Aunque cada país regula el contenido obligatorio de los estados financieros, suele estar formado por los siguientes elementos:

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

El estado de resultados (también denominado cuenta de pérdidas y ganancias) la cuenta de «pérdidas y ganancias» expresa una descomposición de los beneficios o pérdidas de la empresa durante un ejercicio económico.(Catagora, 1996)

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

El estado de flujo de efectivo.

La memoria (también denominada información complementaria o notas). La memoria amplía y detalla la información contenida en los documentos anteriores.(Catagora, 1996)

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

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

cualquier usuario; el resto se presenta en los casos que específicamente lo requieren.(Catagora, 1996)

Para que la información sea útil debe satisfacer dos condiciones: que sea significativa, es decir que se refiera a los hechos financieros pertinentes y los mismos estén presentados en forma tal que se facilite su análisis e interpretación; que sea oportuna, es decir que se disponga de ella en el momento justo para orientar eficazmente las decisiones de los usuarios. La segunda característica -confiabilidad-, se integra con los elementos que dan al usuario el convencimiento de que se puede basar en los estados contables para formarse el juicio que requiere acerca de la entidad sobre la cual se le informa. La teoría de la contabilidad y el método para procesarla, contienen dichos elementos.(Catagora, 1996)

2.2.9 Objetivos de la contabilidad. Obtener en cualquier momento una información ordenada y sistemática sobre el desenvolvimiento económico y financiero de la empresa. Establecer en términos monetarios, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que posee la empresa.

Llevar un control de todos los ingresos y egresos.

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

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

Servir de fuente fidedigna de información ante terceros.(Federación Colegio de Contadores Públicos de Venezuela, 2004)

2.2.10 Partes del ciclo contable. Consta de las siguientes partes:

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

Movimiento. Las transacciones comerciales que diariamente realiza una empresa deben estar respaldadas por un soporte que permite su registro en el comprobante diario y traslado a los libros principales y auxiliares de contabilidad.(Federación Colegio de Contadores Públicos de Venezuela, 2004)

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

En esta etapa se elabora lo siguiente.

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

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

Comprobante de cierre. Se elabora anualmente para cancelar las cuentas nominales de resultado y se traslada a los libros principales y auxiliares(Federación Colegio de Contadores Públicos de Venezuela, 2004).

El inventario general final y el balance general consolidado, elaborados en la etapa de cierre, constituyen el inventario general inicial y el balance general inicial para comenzar un nuevo ciclo contable.(Federación Colegio de Contadores Públicos de Venezuela, 2004)

2.2.11 Libros de contabilidad. Las características básicas de los libros de contabilidad deben remitirse, en principio, a una fecha de registro, una descripción del registro y unas columnas donde se registra el valor de acuerdo al concepto, ya sea entrada o salida (debe o haber). La tecnología actual agiliza el manejo de los libros contables, pues elimina el uso del registro manual, pero esto no quiere decir que pierda sus características enunciadas anteriormente.(Mira, 2012)

2.2.12 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 de Empresarios Cristianos, 2009)

2.2.13 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 de Empresarios Cristianos, 2009)

2.2.14 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(Asociación española para la calidad, 2017).

2.2.15 Matriz DOFA. El análisis DAFO, también conocido como matriz o análisis "DOFA" o también llamado en algunos países "FODA", o en inglés swot, es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. la situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.(David, 2009)

2.2.16 Estructura organizacional. Se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz.(Ramirez Acosta, 2001)

2.2.17 Estructura administrativa. Es un esquema formal que representa las relaciones, las comunicaciones, los procesos de decisión y los procedimientos que articulan a un conjunto de personas, unidades, factores materiales y funciones, que están orientados a la consecución de unos objetivos determinados. En realidad, la estructura administrativa de una organización refleja un propósito doble. En primer lugar, se realiza una división del trabajo, es decir, de las diferentes actividades que se han de llevar a cabo para conseguir los fines propuestos por la organización. En segundo lugar, se concreta la coordinación de esas mismas actividades. (Ramirez Acosta, 2001)

2.3 Marco teórico.

2.3.1 La teoría de los grupos de interés. 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 (Medina Celis, 2002).

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.(Medina Celis, 2002)

2.3.2 La teoría de la legitimación. La legitimación en los businessethics (Ética de negocios), 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 stakeholder theory (La teoría de las partes interesadas). En esta teoría se dice que, el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autentificando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno. Incluso la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.(Pinzón Quintero, 2012)

2.3.3 Teoría de la política económica. A partir de una perspectiva más amplia que las dos anteriores, esta teoría concibe a las corporaciones desde un horizonte más trascendente, influido desde la complejidad de un gran sistema social, económico y político de la existencia de entes en la que se contempla, principalmente, las relaciones sociales de producción vinculadas con las partes afectadas dentro del sistema de intercambio productivo, previo análisis de las interacciones que resultan. (Maneschi, 2016)

Como sucede con la teoría de la legitimación, ésta también se enfoca institucionalmente, pero a un nivel más vasto y legislado, en el que la política económica de los gobiernos lleva a cabo un papel protagónico, en tanto que, los intereses de los participantes se benefician mediante los mecanismos del mercado que los vinculan, siendo muy relevante la injerencia que las empresas pueden tener en las propias normas establecidas (Maneschi, 2016).

De la misma manera que la legitimación, la economía política favorece que las relaciones de la compañía con la sociedad sean muy estrechas y su influencia en las normas y perspectivas sociales rebasa a las que se entienden establecidas en la teoría anterior. La empresa debería fomentar una consideración más revolucionaria de la actuación de las organizaciones para proporcionar fiabilidad, confianza y transparencia a sus participantes de forma reglada y obligatoria.(Maneschi, 2016)

2.3.4 La teoría institucional. La perspectiva de la teoría institucional es más amplia que la teoría de la legitimación. En lugar de explorar directamente el sistema de baluartes de la sociedad, contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica del sistema de valores sociales (Medina Celis, 2002).

Los grupos de interés y los motivos personales que se involucran dentro de la empresa, forman parte central de la discusión corporativa. No se atiende a las necesidades dispersas o individuales, sino agrupadas y determinadas por las prioridades que al conjunto, institucionalmente, le resultan más convenientes y con resultados más generales.(Medina Celis, 2002)

2.3.5 La teoría de la dependencia de recursos. Con respecto a la Teoría de la dependencia de recursos, ésta busca maximizar el poder de las organizaciones basada en el intercambio de recursos. En las corporaciones se propicia la búsqueda de relaciones entre los distintos grupos de una sociedad, y de sus partícipes, y se origina una relación de sumisión de unos a otros para cumplir su fin: para obtener los recursos necesarios. Dentro de dichas relaciones, las empresas intentan cambiar dichas inferioridades a su propio beneficio, creando dependencia a otros a su vez. Dentro de esta perspectiva, las corporaciones están a la expectativa posicionando su estructura en patrones de conducta que conllevan la consecución y aseguramiento de recursos externos que puedan controlar y mantener para reducir paulatinamente, en lo posible, la subordinación a otros agentes por los recursos que son necesarios para llevar a cabo sus fines. (Medina Celis, 2002)

2.4 Marco legal.

2.4.1 Constitución Política de Colombia. Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos. (República de Colombia, 2012)

Artículo 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita.(República de Colombia, 2012)

2.4.2 Código del comercio colombiano. Artículo 100. Sociedad comercial y ámbito de la aplicación de esta ley. Se tendrá como comerciales para todos los efectos legales las sociedades que se formen para la ejecución de actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial, las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles. Sin embargo cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil.(República de Colombia, Decreto 410 de 1971, 2013)

2.4.3 Ley 142 de 1994. Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. Artículo 1. Ámbito de aplicación de la ley. Esta Ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural; a las actividades que realicen las personas prestadoras de servicios

públicos de que trata el artículo 15 de la presente Ley, y a las actividades complementarias definidas en el Capítulo II del presente título y a los otros servicios previstos en normas especiales de esta Ley(Congreso de Colombia, Ley 142 de 1994, 2010).

Artículo 9. Derecho de los usuarios. Los usuarios de los servicios públicos tienen derecho, además de los consagrados en el Estatuto Nacional del Usuario y demás normas que consagren derechos a su favor, siempre que no contradigan esta ley, a:

Obtener de las empresas la medición de sus consumos reales mediante instrumentos tecnológicos apropiados, dentro de plazos y términos que para los efectos fije la comisión reguladora, con atención a la capacidad técnica y financiera de las empresas o las categorías de los municipios establecida por la ley(Congreso de Colombia, Ley 142 de 1994, 2010).

La libre elección del prestador del servicio y del proveedor de los bienes necesarios para su obtención utilización.

Obtener los bienes y servicios ofrecidos en calidad o cantidad superior a las proporcionadas de manera masiva, siempre que ello no perjudique a terceros y que el usuario asuma los costos correspondientes.

Solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que se realicen para la prestación de los servicios públicos, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley y se

cumplan los requisitos y condiciones que señale la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios(Congreso de Colombia, Ley 142 de 1994, 2010).

Artículo 13. Aplicación de los principios generales. Los principios que contiene este capítulo se utilizarán para resolver cualquier dificultad de interpretación al aplicar las normas sobre los servicios públicos a los que esta u otras leyes se refieren, y para suplir los vacíos que ellas presenten.(Congreso de Colombia, Ley 142 de 1994, 2010)

2.4.4 Proyecto de Ley 70 de 2010. Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones. Artículo 1. Objeto de la ley. el objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.(Congreso de Colombia, 2015)

Artículo 2. Campo de aplicación. La presente ley se aplica a todas las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 de 2000. así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo(Congreso de Colombia, Ley 70 de 2010, 2015).

Artículo 4. La interpretación. Las normas contenidas en la presente ley deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades. (Congreso de Colombia, 2015)

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

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económica o financiero de sus actividades durante el año que termina.

2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.

3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.

4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la responsabilidad social empresarial (Congreso de Colombia, Ley 70 de 2010, 2015).

Artículo 7°. Consejo de responsabilidad social empresarial (crse). será potestativo del gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un consejo de responsabilidad social empresarial que expida normas y evalúe el estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por:

El ministro de comercio, industria y turismo o su delegado.

El ministro del medio ambiente, vivienda y desarrollo rural o su delegado.

El ministro de la protección social o su delegado.

El director del departamento nacional de planeación o su delegado.

El director del SENA.(Congreso de Colombia, Ley 70 de 2010, 2015)

Dos representantes de universidades del país.

El presidente de la confederación colombiana de consumidores.

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

Tres representantes de las ONG(Congreso de Colombia, Ley 70 de 2010, 2015).

El consejo de responsabilidad social empresarial podrá:

1. Expedir directrices en cumplimiento de la presente ley, directrices que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo.
2. Proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley.
3. Fomentar la adopción de la responsabilidad social empresarial en las empresas a que se refiere el artículo 2° de la presente ley.
4. Realizar un plan de acompañamiento para las micro y pequeñas empresas en la incorporación de la responsabilidad social empresarial.
5. Publicar las acciones de las empresas socialmente responsables.
6. Citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias.

7. Divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materias sociales y medioambientales mediante anuncios publicitarios en medios masivos.

8. Hacer auditorías aleatorias a las empresas sujetas a esta ley.

9. Recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley.(Congreso de Colombia, Ley 70 de 2010, 2015)

Artículo 9. Protección del trabajo infantil. El gobierno nacional, en cabeza del ministerio de la protección social, el instituto colombiano de bienestar familiar, con el apoyo de la unicef, las organizaciones no gubernamentales y el consejo de responsabilidad social empresarial (crse) desarrollarán como parte de su política pública un programa nacional de responsabilidad social empresarial sin explotación laboral infantil, desarrollando mecanismos que permitan el seguimiento y control del mismo.(Congreso de Colombia, 2015)

2.4.5 Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales. Artículo 598. Por los años gravables 1987 y siguientes, están obligadas a presentar declaración de ingresos y patrimonio, todas las entidades no contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, con excepción de las siguientes:

a. La nación, los departamentos, las intendencias y comisarías, los municipios y el distrito especial de Bogotá.

b. Las juntas de acción comunal y defensa civil, los sindicatos, las asociaciones de padres de familia, y las juntas de copropietarios administradoras de edificios organizados en propiedad horizontal.

c. Las asociaciones de hogares comunitarios y hogares infantiles del instituto colombiano de bienestar familiar o autorizados por este y las asociaciones de adultos mayores autorizado por el instituto colombiano de bienestar familiar.(Congreso de la república, 2010)

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

1. El formulario, que al efecto señale la dirección general de impuestos nacionales, debidamente diligenciado.
2. La información necesaria para la identificación y ubicación de la entidad no contribuyente.
3. La discriminación de los factores necesarios para determinar el valor de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos y gastos.
4. La liquidación de las sanciones cuando fuere del caso.
5. La firma de quien cumpla el deber formal de declarar.
6. La firma del revisor fiscal, cuando se trate de entidades obligadas a llevar libros de contabilidad y que de conformidad con el código de comercio y demás normas vigentes sobre la materia, estén obligadas a tener revisor fiscal(Congreso de la república, 2010).

Los demás contribuyentes y entidades obligadas a llevar libros de contabilidad, deberán presentar la declaración de renta y complementarios o de ingresos y patrimonio, según sea el caso, firmada por contador público, vinculado o no laboralmente a la empresa o entidad, cuando el patrimonio bruto en el último día del año o período gravable, o los ingresos brutos del respectivo año, sean superiores a 100.000 UVT. (Congreso de la república, 2010)

Cuando se diere aplicación a lo dispuesto en el presente numeral, deberá informarse en la declaración de ingresos y patrimonio, el nombre completo y número de matrícula del contador público o revisor fiscal que firma la declaración.(Congreso de la república, 2010)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación.

Según (Mendez, 2013) , sostiene que según nivel de conocimiento científico al que se espera llegar, se debe formular el tipo de estudio, cuyo propósito fue señalar el tipo de información que se necesita, así como el nivel de análisis que deberá realizar, para lo cual debe tenerse en cuenta los objetivos que se plantearon. La investigación descriptiva identifica características del universo, formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre las variables enunciadas en la investigación.

Para la realización de este proyecto se recurrió al tipo de investigación descriptiva, determinando las variables propias del problema; analizando cualitativamente y cuantitativamente la situación del problema y exponiendo las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación respecto a la problemática del proyecto.

3.2 Población.

Teniendo en cuenta que la población es un conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación se debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Por lo anterior se debe decir que según datos suministrados por la empresa Norgas SA ESP y con el objetivo de determinar la responsabilidad social en el área contable y financiera de la empresa, ubicada en la ciudad de Ocaña, se utilizó como población 18 empleados, los que fueron objeto de estudio.

3.3 Muestra.

Teniendo en cuenta que la población objeto de estudio es muy reducido, se tomó la totalidad de 18 empleados para realizar la investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

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

3.5 Procesamiento y análisis de la información.

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

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Diagnóstico situacional de la empresa, por medio de la matriz FODA, con el fin de conocer su responsabilidad social.

A continuación se enuncian los resultados obtenidos después de haber aplicado la encuesta a los 18 empleados de la empresa NORGAS SA ESP ubicada en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Tabla 1.

Nociones del significado de responsabilidad social empresarial (rse)

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	11	61
	NO	7	39
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

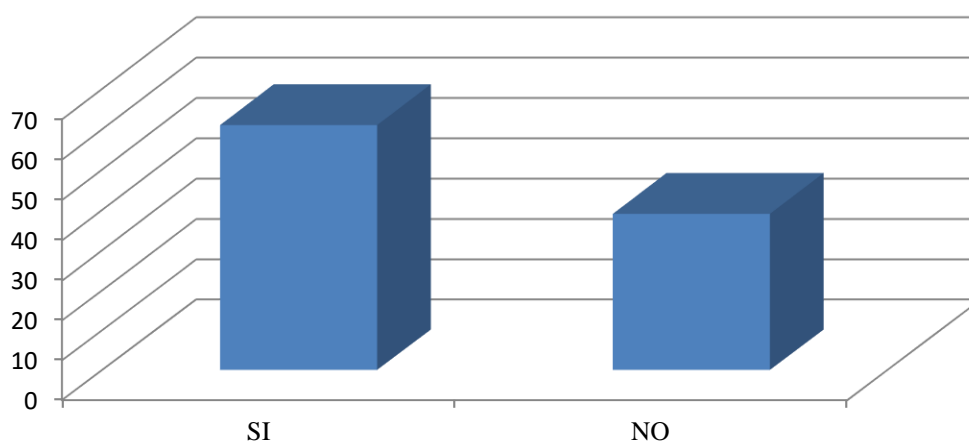


Figura 1. Nociones del significado de responsabilidad social empresarial (rse)

Fuente. Autor del proyecto.

Del total de los empleados encuestada el 61% opinan que tienen conocimientos de que es la responsabilidad social (rse), ya que han asistido a eventos académicos, donde se han informado al respecto, de otra parte dicen que la empresa Norgas, se ha comprometido con el cambio de la comunidad, a través del servicio social logrando avances en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Ocaña y la Región, el otro 39% siendo un porcentaje importante afirman que nunca han tenido claro que es la responsabilidad social y en ningún momento se han preocupado por este aspecto en la empresa.

Tabla 2.

Proyecciones económicas de la empresa

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Oferta de nuevos servicios	5	28
	Inversión de tecnología de punta	13	72
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

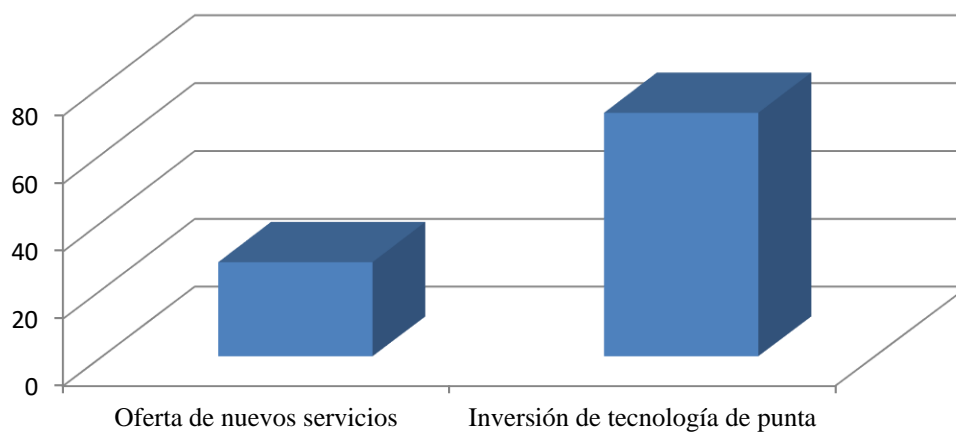


Figura 2. Proyecciones económicas de la empresa.

Fuente. Autor del proyecto.

De total de los encuestados, un porcentaje importante, es decir el 72% afirman que las proyecciones económicas que tiene la empresa es la inversión en tecnología de punta y el 28% oferta de nuevos servicios, para lo cual se han preocupado por asistir a las capacitaciones organizadas para los empresarios, el aumento de la demanda del servicio, al igual que el fortalecimiento social.

Tabla 3.

Retos sociales y económicos

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Generación de fuentes de trabajo	9	50
	Optimización de los productos ofrecidos	9	50
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

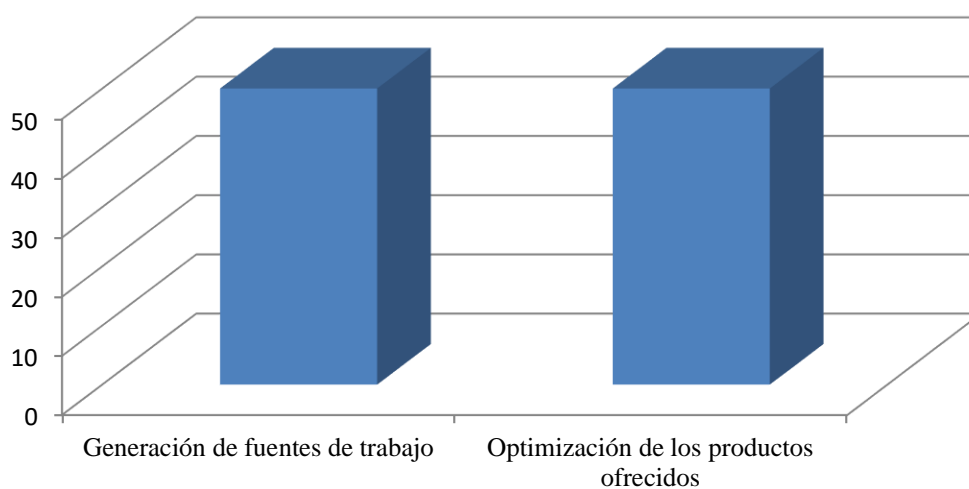


Figura 3. Retos sociales y económicos

Fuente. Autor del proyecto.

Los empleados de la empresa Norgas S.A, afirman que el mayor reto social y económico que poseen es la generación de fuentes de empleo, ya que la responsabilidad social contempla este aspecto, mientras que el otro 50% afirman que su principal preocupación o reto es la optimización de los servicios o productos ofrecidos, ya que en la actualidad se debe trabajar para lograr la certificación en calidad y así tener la oportunidad de permanecer en el mercado de servicios o productos, siendo esta la principal preocupación de las empresas en la actualidad y aun mas con la entrada del nuevo servicio de gas natural, el cual le ha arrebatado gran cantidad del mercado en la ciudad.

Tabla 4.

Estrategias para su desarrollo y crecimiento

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	13	72
	NO	5	28
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

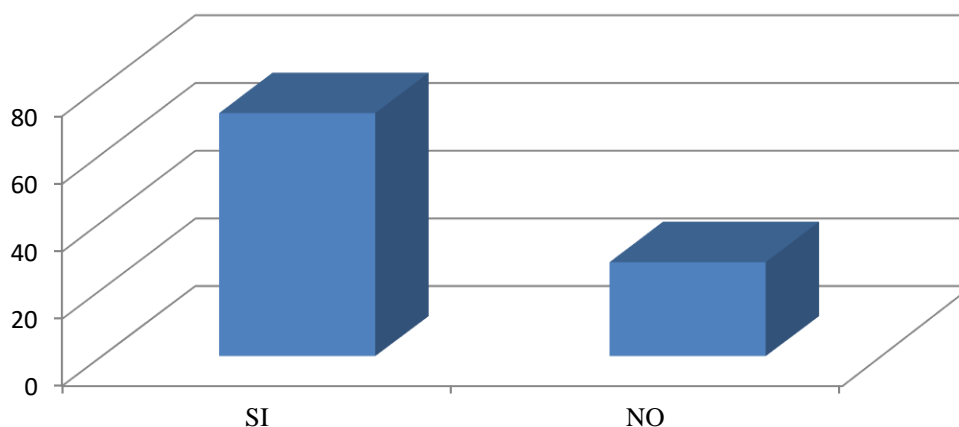


Figura 4. Estrategias para su desarrollo y crecimiento

Fuente. Autor del proyecto.

El 72% de los empleados encuestados afirman que cuenta con estrategias para el desarrollo y crecimiento comercial, como por ejemplo convenios con entidades similares, calidad de los servicios ofrecidos, inversión en nuevos servicios, como es el gas natural, proyectos que se han ido generando poco a poco en bien de la comunidad, ampliación del portafolio de servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, de otra parte el 28% afirma que no cuenta con dichas estrategias, ya que no han visto las necesidades de están en el funcionamiento de la empresa.

Tabla 5.

Necesidad de las estrategias antes mencionadas

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	13	72
	NO	5	28
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

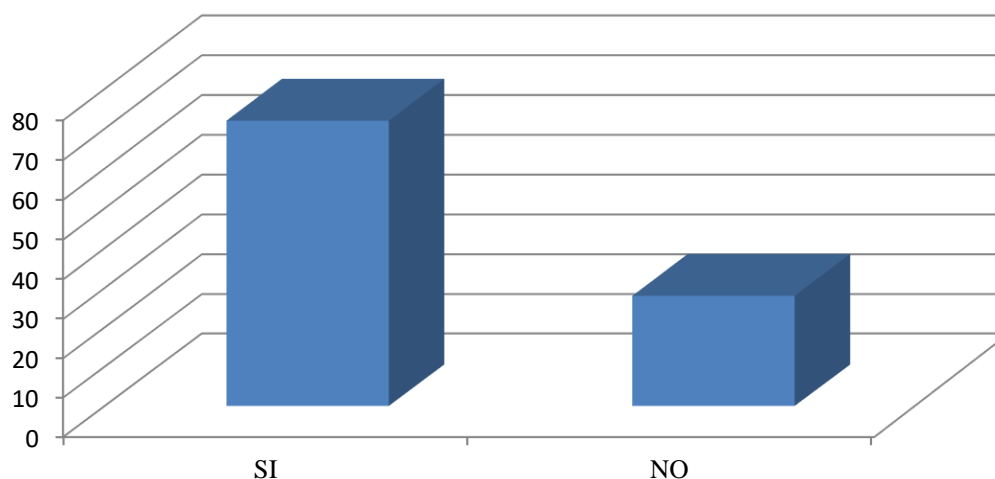


Figura 5. Necesidad de las estrategias antes mencionadas

Fuente. Autor del proyecto.

Al igual que la pregunta anterior el 72% afirma que las estrategias antes mencionadas son necesarias ya que en las diferentes empresas son el soporte que les ayuda a continuar en el mercado laboral, diseñando la forma de ofertar servicios con mejor calidad, permitiendo adquirir un mejor horizonte, mejorando, fortalecimiento la empresa y logrando la continuidad del servicio, de otra parte el 28% no considera necesarias las estrategias para el buen desempeño de la empresa.

Tabla 6.

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

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Generación de fuentes de trabajo	9	50
	Gestión comunitaria	4	22
	Productos de calidad	5	28
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

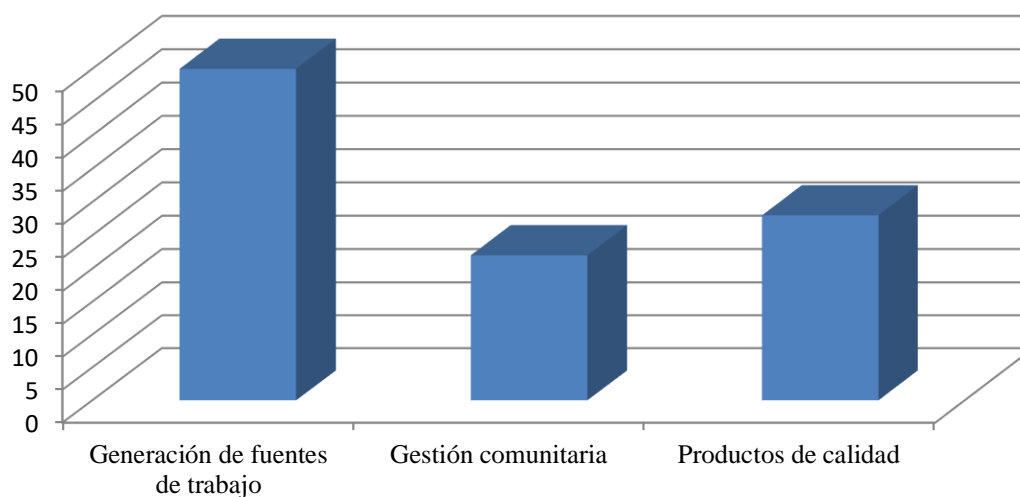


Figura 6. Beneficios sociales y económicos que se han otorgado a la comunidad

Fuente. Autor del proyecto.

Siendo política de la empresa la generación de empleo esto se ha visto reflejado y el 50% de los encuestados lo afirman, de otra parte el 28% afirma que los productos de calidad y el 22% la gestión comunitaria, sin desconocer que todos los anterior son beneficios muy importantes para la comunidad.

Tabla 7.

Número de empleados tiene contratados actualmente

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	18	100
	NO	0	0
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

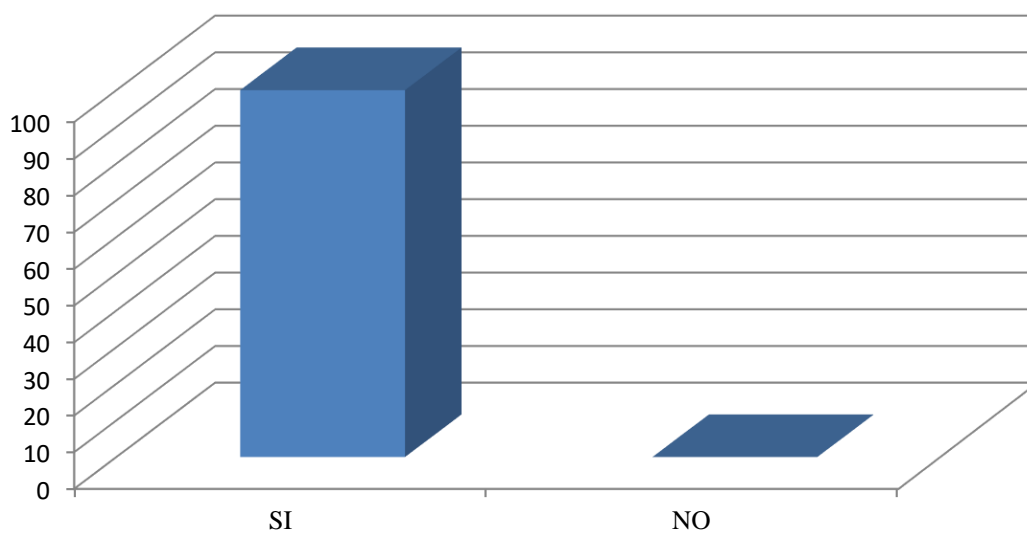


Figura 7. Número de empleados tiene contratados actualmente

Fuente. Autor del proyecto.

La totalidad de los empleados afirman que se encuentran contratados por la empresa, lo que les brinda seguridad laboral y sentido de pertenencia con la misma, ayudando a su crecimiento económico y financiero y su permanencia en el mercado local y nacional.

Tabla 8.

Forma de contratación utiliza.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Contrato a Término Fijo	3	17
	Contrato a término indefinido	14	78
	Contrato de Obra o labor	0	0
	Contrato de aprendizaje	1	5
	TOTAL		18

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

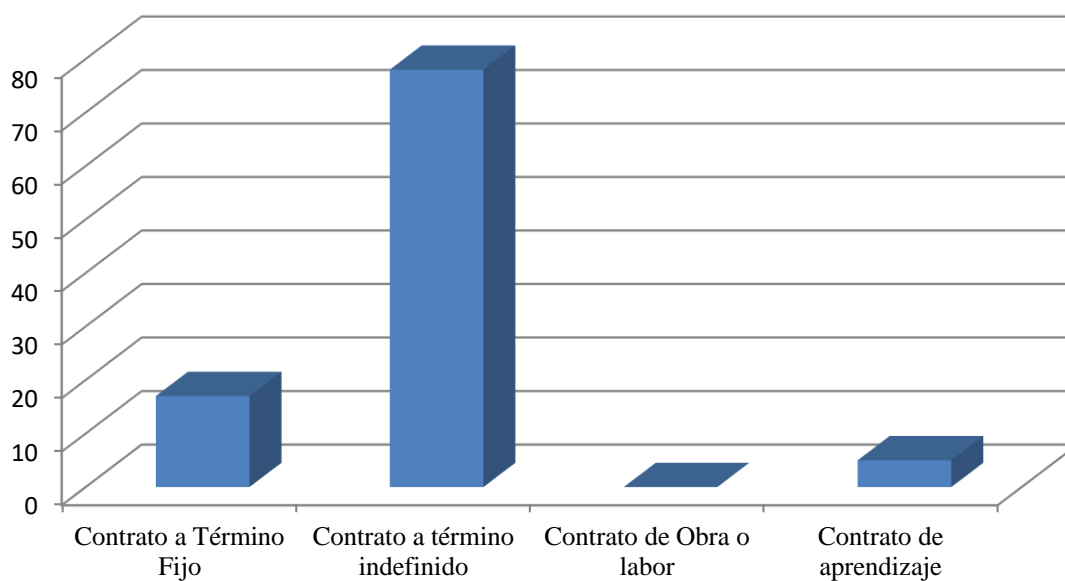


Figura 8. Forma de contratación utiliza.

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la contratación siendo está muy importante para los empleados el 78% dicen que tienen contrato a término indefinido, lo cual les brinda seguridad laboral en la empresa, aunque el 17% siendo un porcentaje también alto dicen que poseen un contrato a término fijo y tan solo hay una persona que tiene un contrato de aprendizaje del Servicio nacional de aprendizaje.

Tabla 9.

Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	12	67
	NO	6	33
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

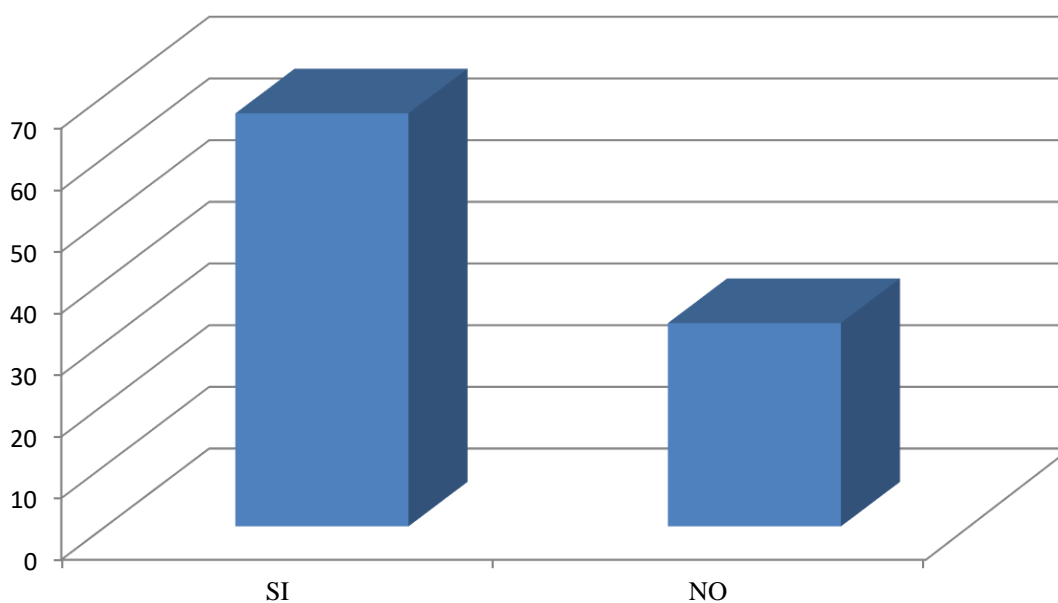


Figura 9. Conocimiento sobre la Jerarquía Institucional de la empresa

Fuente. Autor del proyecto

La totalidad de los empleados de la empresa, considera que conocen la jerarquía institucional en un 67%, mientras que el 33% no la conocen, esto puede ser por la falta de capacitación realizada al interior de la empresa.

Tabla 10.

Beneficios sociales.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Participación en festivales de teatro	3	17
	Participación en eventos deportivos	10	56
	Participación en festival de danzas regional	5	27
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

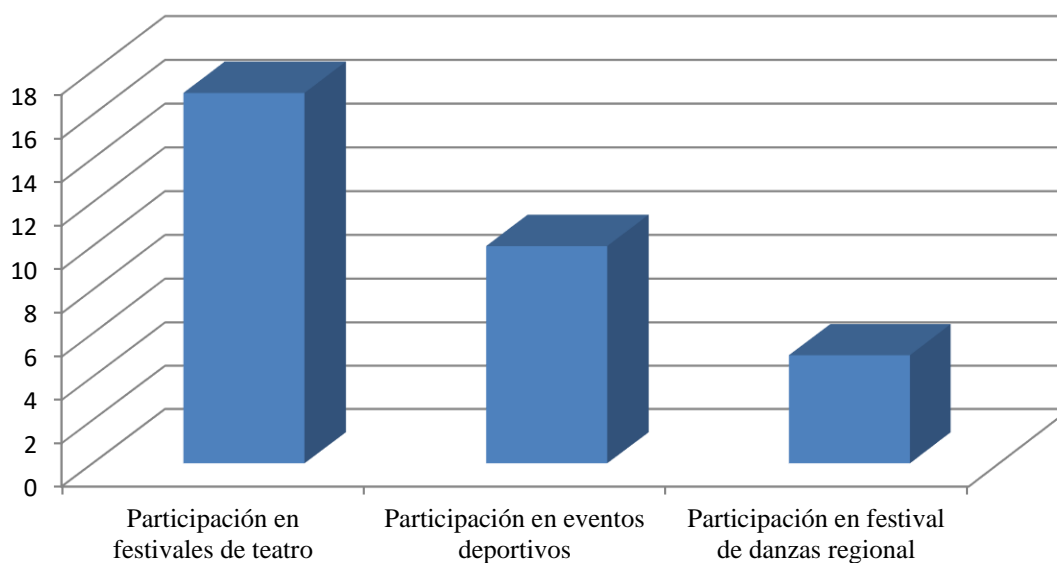


Figura 10. Beneficios sociales.

Fuente. Autor del proyecto

En la ciudad de Ocaña, los empleados afirman que la empresa realizan las inversiones en participaciones en eventos deportivos, y en menor porcentaje en festivales de danza y festivales de teatro. Con lo que se demuestra en un alto porcentaje que se tiene conciencia de la obligación que se tiene con la cultura y comunidad en general.

Tabla 11.

Estrategia de mejoramiento existen para el área contable y financiera

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	15	83
	NO	3	17
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

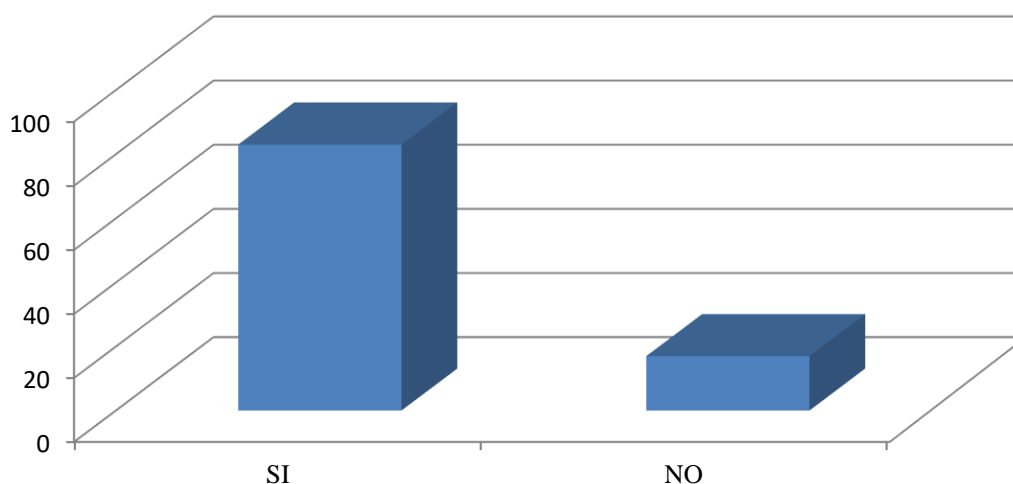


Figura 11. Estrategia de mejoramiento existen para el área contable y financiera

Fuente. Autor del proyecto

Una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una

estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner en orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. Teniendo en cuenta lo anterior se deben decir que en la empresa, existen estrategias administrativas y económicas como son las capacitaciones ofrecidas a los empleados para lograr el mejoramiento de la calidad de vida, al igual que la atención al usuario.

Tabla 12.

Herramientas contables como libros y sistemas contables.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	18	100
	NO	0	0
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

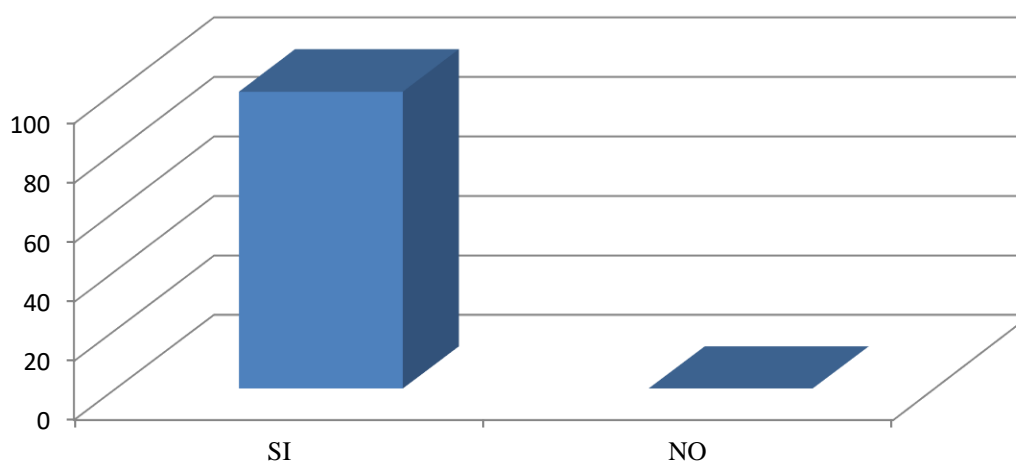


Figura 12. Herramientas contables como libros y sistemas contables.

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a las herramientas contables como libros y sistemas contables, el 100% de los empleados afirman que en la empresa se cuenta con elementos que ayuda a llevar la contabilidad de forma ordenada y sistemática, demostrando orden al interior de la misma.

Tabla 13.

Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	3	17
	NO	15	83
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

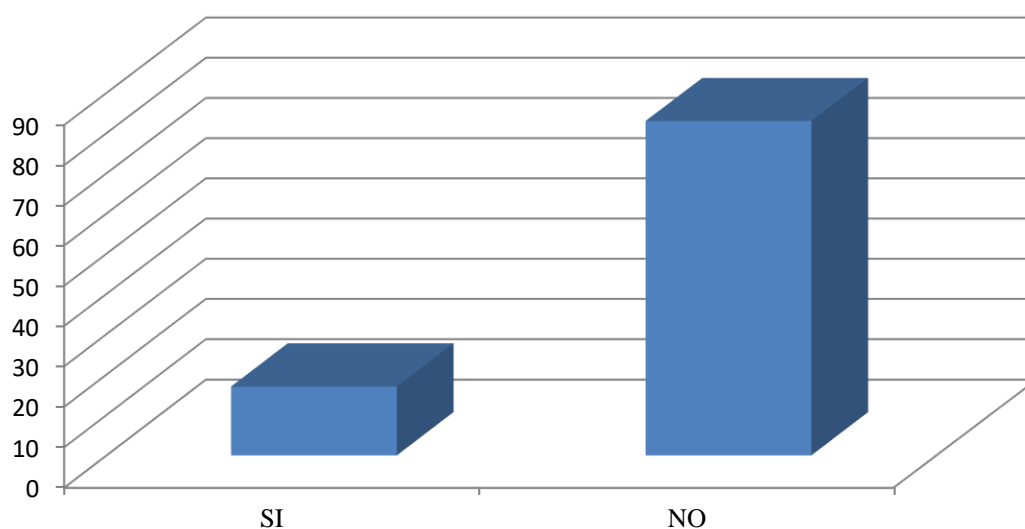


Figura 13. Estados financieros en los que se refleja la responsabilidad social.

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a los estados financieros el 83% opinan que en estos no se refleja la responsabilidad social, además esto no es cuantificable para manifestarlo en dichos documentos.

De otra parte el 17% dice que si se refleja pero eso lo hace el contador y los empleados no tiene conocimientos al respecto.

Tabla 14.

Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	16	87
	NO	2	13
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

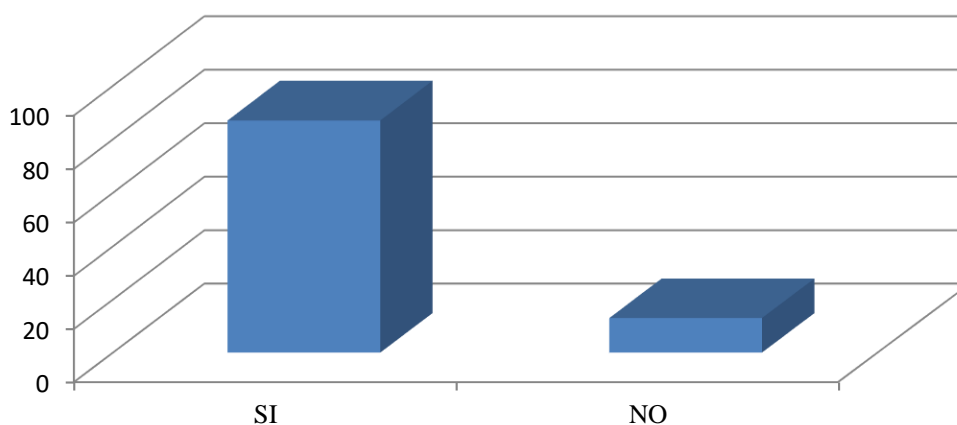


Figura 14. Inversión por parte de la empresa en la responsabilidad social.

Fuente. Autor del proyecto

Dicen los encuestados que en la empresa, se tiene la costumbre de realizar inversión social en la comunidad, como donaciones a los colegios en muebles y útiles escolares, esto lo afirma el 87% de los empleados, esto se ve reflejado en las capacitaciones y ayuda a la

comunidad con programas sociales, de otra parte el 13% dicen que no se hace inversión en la comunidad.

Tabla 15.

Importancia de la responsabilidad social.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	18	100
	NO	0	0
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

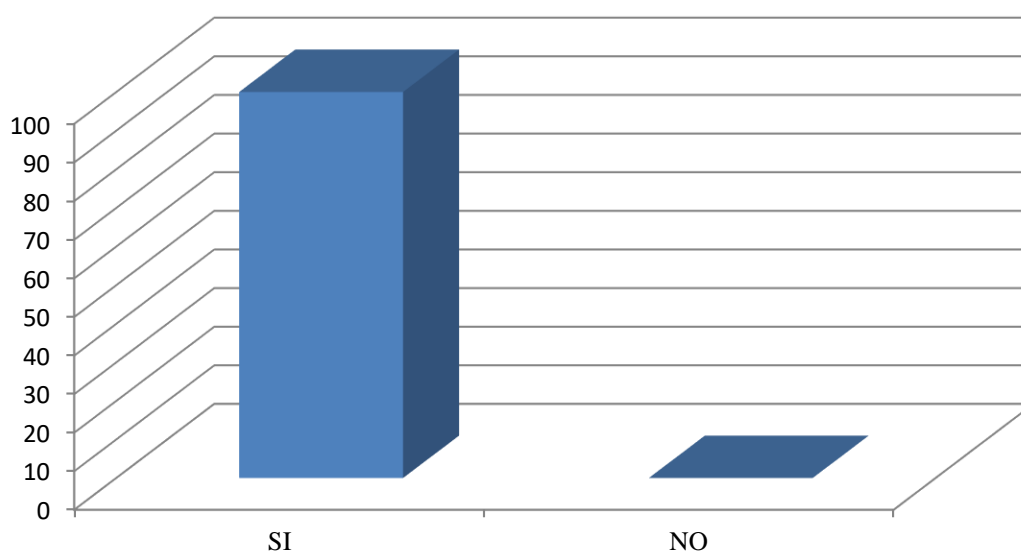


Figura 15. Importancia de la responsabilidad social.

Fuente. Autor del proyecto

La importancia de la Responsabilidad Social no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Los ciudadanos, los consumidores, cada vez son más exigentes. Ya no nos importa sólo lo que el mercado nos ofrece, sino también el modo en el que lo hace. Según la opinión de

los encuestados el 100% de estos afirma que para ellos es muy importante la responsabilidad social en las empresas de la ciudad.

Tabla 16.

Estrategias utiliza sobre responsabilidad social

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	SI	0	0
	NO	0	0
	NO SABE	18	100
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

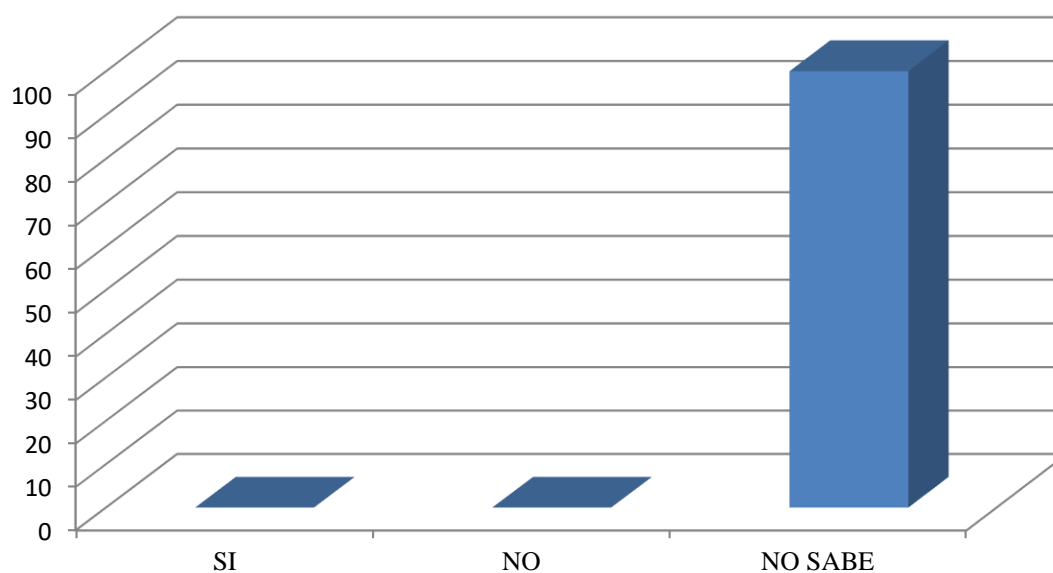


Figura 16. Estrategias utiliza sobre responsabilidad social

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a las estrategias que utiliza la empresa para la responsabilidad social se debe decir que el 100% de los empleados no las conocen, con lo que se evidencia falta de comunicación en este aspecto.

Tabla 17.

Fortalezas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Realización de aportes al proceso de mejora continúa.	0	0
	Mantiene canales abiertos de comunicación como mecanismos para recibir y direccionar sugerencias.	0	0
	Optimización del impacto de su inversión social.	0	0
	Se orientan a los empleados sobre la práctica de comportamientos éticos.	0	0
	Evaluación de riesgos, impactos y oportunidades.	0	0
	Todas las anteriores	18	100
	TOTAL		18

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

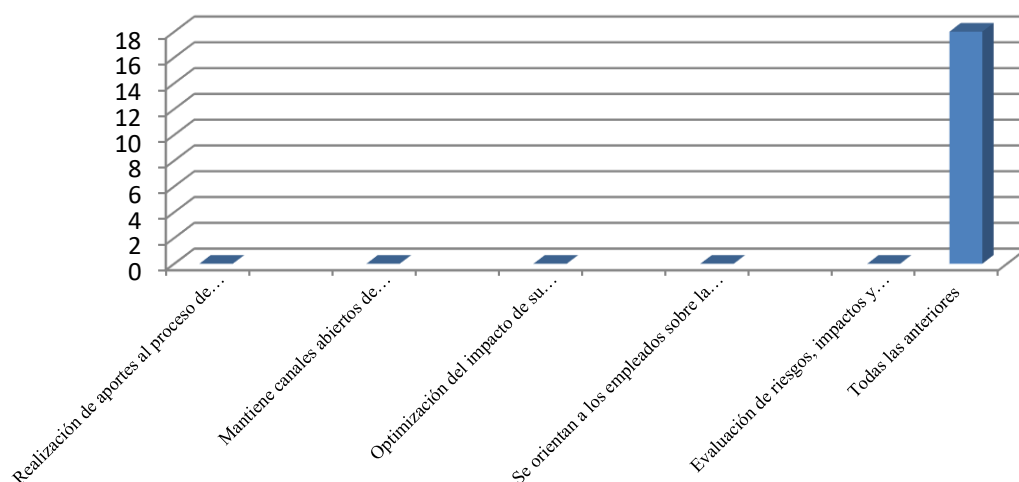


Figura 17. Fortalezas considera que posee la responsabilidad social en su empresa

Fuente. Autor del proyecto

El análisis interno de las empresas es muy importante ya que este determina, cual es la situación de la misma, por lo que se mencionaron una serie de fortalezas, las cuales se consideran en su totalidad que posee la empresa y estas son muy relevantes e importantes.

Tabla 18.

Debilidades que posee la responsabilidad social en su empresa.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Capacidad económica.	0	0
	Entendimiento claro de la necesidad de RSE.	0	0
	Personal calificado para poder llevar a cabo la planeación.	0	0
	Alta sensibilidad por parte no sólo de la directiva de la empresa, sino también del resto de los empleados en materia de necesidad social.	0	0
	Todas las anteriores	18	100
TOTAL		18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

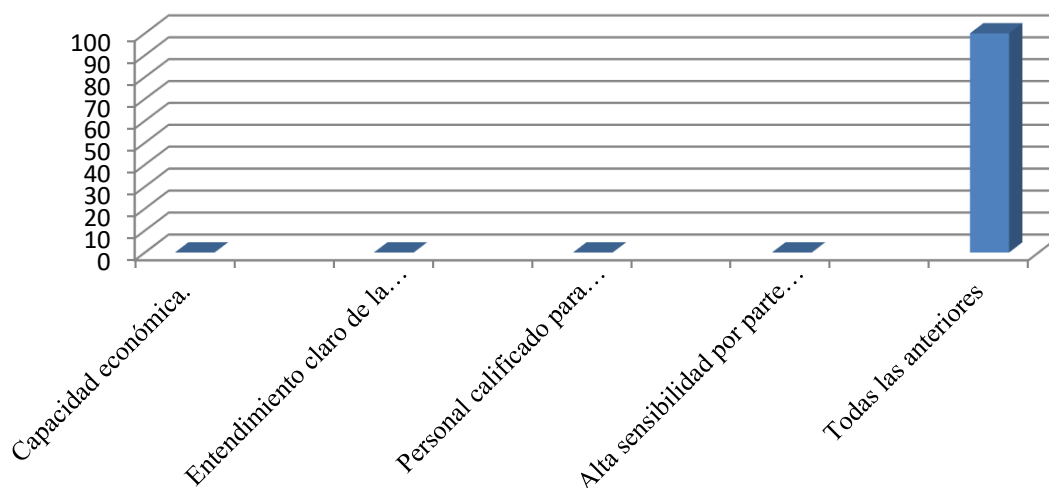


Figura 18. Debilidades que posee la responsabilidad social en su empresa.

Fuente. Autor del proyecto

Las debilidades de la empresa pueden afectar en gran medida al funcionamiento de la misma, por lo que estas se deben fortalecer o cambiar a fortalezas y así lograr un mejor funcionamiento de la entidad en bien de la comunidad y los trabajadores.

Tabla 19.

Amenazas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Falta de publicidad sobre el tema.	0	0
	Desconocimiento sobre el tema.	0	0
	Las políticas monetarias cambiarias en la ciudad.	0	0
	Las debilidades internas en las empresas, administrativas y operativas	0	0
	Todas las anteriores	18	100
TOTAL		18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

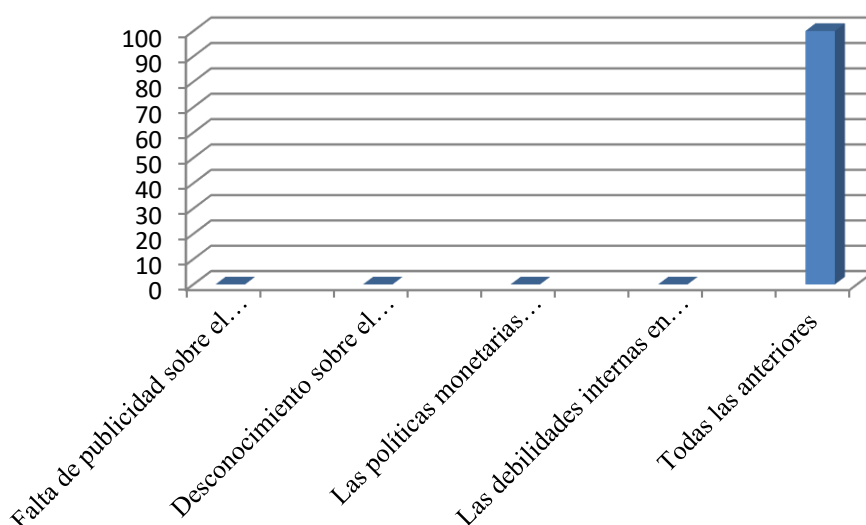


Figura 19. Amenazas considera que posee la responsabilidad social en su empresa.

Fuente. Autor del proyecto

Las amenazas de una empresa forman parte de su día a día. Ninguna empresa puede prevenirse de todos los problemas y factores externos, ya que no todos dependen de factores que puedan controlarse.

Tabla 20.

Oportunidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa.

PERSONAS ENCUESTADAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18	Apertura de nuevos mercados.	0	0
	Vulnerabilidad de la competencia en la calidad del servicio.	0	0
	Nuevas políticas para los servicios públicos.	0	0
	Ventaja comparativa en la oferta de insumos y materia prima del mercado colombiano.	0	0
	Todas las anteriores	18	100
	TOTAL	18	100

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

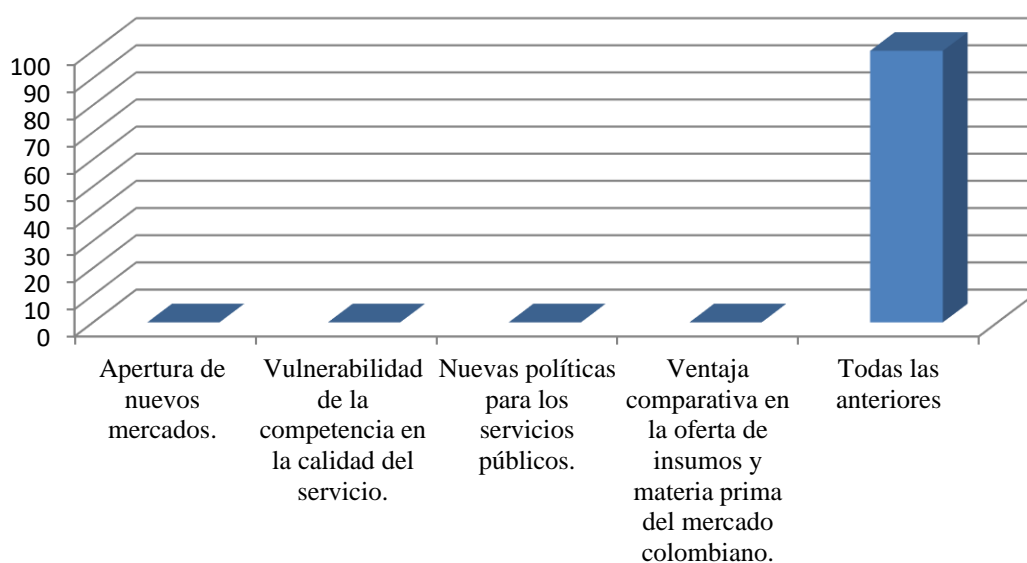


Figura 20. Oportunidades considera que posee la responsabilidad social en su empresa.

Fuente. Autor del proyecto

Se debe dar especial relevancia a las oportunidades que ofrece el medio en la empresa teniendo en cuenta que son tendencias o eventos que pueden llevar a la entidad a un cambio significativo incrementando las ventas y las utilidades, siempre y cuando se de una respuesta estratégica apropiada a las mismas.

Diagnóstico. Para conocer la situación de la empresa y los principales obstáculos que le impiden seguir creciendo, el diagnóstico empresarial es una de las herramientas más recurridas y eficaces para poder realizar este tipo de estudios.

Por lo que se debe decir que la mayoría de los empleados encuestados tienen conocimientos de que es la responsabilidad social, ya que han asistido a eventos académicos, donde se han informado al respecto, de otra parte dicen que la empresa se ha comprometido con el cambio de la comunidad, a través del servicio social, especificando que las empresas poseen las proyecciones en aumento de la tecnología existente para mejorar el servicio ofrecido hasta el momento.

Los empleados afirman que los retos social y económico que poseen es la generación de fuentes de empleo, en cuanto a las estrategias para el desarrollo y crecimiento comercial, y la optimización de los servicios, con la ampliación del portafolio de servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, de igual forma afirma que el tipo de contratación que poseen en su mayoría es de contrato a término indefinido y además la mayoría de los empleados conocen la jerarquía de la empresa.

Se debe decir que en los estados financieros no se ven reflejada la responsabilidad social, se considera que por ser una actividad propia de este tipo de empresas, destacando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que posee la responsabilidad social, aunque todos los movimientos contables y financieros se llevan en herramientas como software contable y libros.

De otra parte la parte social afirman se ve reflejada en los bonos de ayuda a la comunidad, al igual que en capacitaciones que se hacen de forma constante con patrocinio para capacitaciones a la comunidad en diferentes temas de interés a los mismos, sin desconocer que la empresa posee muchas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se mostraran más adelante en la matriz DOFA.

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

Al conocer las fortalezas, se pueden diseñar objetivos y metas claras y precisas, que bien pueden estar encaminadas para mejorar las debilidades y/o para aprovechar las oportunidades.

Por último con las amenazas, se debe sobrevivir y ser capaz de identificar, de anticipar a las consecuencias, lo que permitirá definir las medidas para enfrentarlas, o para minimizar sus efectos. Si una empresa no anticipa que le llegará una fuerte competencia, cuando esta llegue no habrá forma de reaccionar oportunamente, y sobre todo, no se podrá actuar con efectividad puesto que nunca se estuvo preparado para ello.

Los pasos para construir una matriz DOFA son:

Hacer una lista de fortalezas internas claves.

Hacer una lista de debilidades internas decisivas.

Hacer una lista de las oportunidades externas importantes.

Hacer una lista de amenazas externas claves.

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

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

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

Comparar debilidades internas con las amenazas externas y registrar estrategias.

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

Tabla 21.

Matriz DOFA de la situación actual de las empresas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Se posee capacidad económica para poder aplicar un modelo de RSE que se adapte a las necesidades sociales actuales del país.	Existe poca experiencia en materia de Responsabilidad Social Empresarial.
Existe entendimiento claro de la necesidad de implementar ideas relacionadas con la RSE.	Escasa información en materia de RSE para el personal en general que labora en las diferentes empresas.
Se cuenta con personal calificado para poder llevar a cabo la planeación, ejecución y control de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial.	No existe incentivo fiscal por parte de los entes tributarios a fin de apoyar la inversión a realizar al implementar el modelo de Responsabilidad Social.
Se cuenta con alta sensibilidad por parte no sólo de la directiva de la empresa, sino también del resto de los empleados en materia de necesidad social.	En los últimos ha habido un creciente incrementos en materia de costos intrínsecos para la empresa.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
En la empresa en los últimos años se ha aprovecha de mejor manera las oportunidades dadas por parte del estado.	Falta de publicidad sobre el tema la responsabilidad social.
Existe el fenómeno de apertura de nuevos mercados.	Se desconoce el tema en cuanto a la responsabilidad social por parte de directivos y empleados de las empresas.
Hay vulnerabilidad de la competencia en la calidad de sus productos.	Las políticas monetarias cambiarias en la ciudad.
Existen nuevas políticas fiscales	Las debilidades internas en las empresas, administrativas y operativas.
Ventaja comparativa en la oferta de insumos y materia prima del mercado colombiano.	

Nota. Fuente. Autor del proyecto.

4.2 Impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa

Norgas, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma.

En el ámbito de la RS, Hellriegel, Jackson y Slocum (2005), plantean que las consideraciones financieras de la empresa y accionistas siempre deben ser prioritarias, aunque entienden que el éxito a largo plazo requiere atender las preocupaciones y demandas de distintos grupos de personas. De ahí que el origen de los stakeholders, se remonta al de shareholders, donde el imperativo de la gestión empresarial tradicional consistía solamente en validar los resultados económicos por parte de los accionistas como únicos interesados en las organizaciones; sin embargo, actualmente existen otros grupos de interés tales como: clientes, proveedores, gobierno, grupos influyentes, colaboradores, empleados, entre otros, que tienen la expectativa de la rendición de cuentas por parte de las organizaciones y empresas (Herrera Alvarado, 2008).

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

Los crecientes problemas ambientales y sociales que agobian al planeta han conllevado a transformaciones en todos los ámbitos; es así, como en el escenario empresarial ha surgido lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual según Hernández (2008):

“Hace referencia al grado de compromiso que tiene un ente empresarial con respecto a los demás actores sociales con los cuales interactúa como consecuencia directa del desarrollo de su actividad productiva; dicho compromiso traspasa los límites puramente financieros. Bajo este concepto se entiende que una empresa, además de orientar sus esfuerzos hacia el logro de nivel óptimo de utilidad para sus dueños, debe satisfacer las expectativas de los demás Grupos de Interés o Stakeholders que la conforman (trabajadores, clientes, proveedores, Estado, comunidad, entre otros), y adelantar incluso, gestiones para contribuir al mejoramiento de la sociedad en general y del medio ambiente” (p.89).

De esta manera, la RSE en la actualidad es entendida más allá del cumplimiento cabal de los compromisos legales y tributarios o de la vana filantropía empresarial materializada en algunas obras sociales; hoy día para los administradores el objeto principal no es sólo la maximización de los beneficios en términos económicos a partir de un aumento en los indicadores de rentabilidad, sino que comprende una “visión amplia del negocio que incluya la satisfacción del cliente, la generación de cadenas de valor con los proveedores, la inclusión de los empleados, el reconocimiento de la comunidad local, la atracción de nuevos inversores, entre otras” (D’nofrio, 2007, pág. 33).

Por otro lado, Fernández (2009) manifiesta que las organizaciones socialmente responsables direccionan las estrategias corporativas hacia la consecución de objetivos económicos, sociales y ambientales, al expresar que:

La RSE (Responsabilidad Social Empresarial), puede definirse como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (Stakeholders), con una visión a largo plazo. En este sentido, una empresa socialmente responsable busca en todo momento un triple beneficio, entre rentabilidad económica, mejora del bienestar social de la comunidad y preservación del medio ambiente (p.19).

Por otra parte, el concepto de responsabilidad social de las empresas, es concebido como “la intención voluntaria, por parte de la empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

También es definida por la misma fuente, en un sentido más amplio, como “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (Unión Europea, 2002).

Sin duda, hoy la RSE se convierte no sólo en un tema de bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de los grupos de interés, sino también en un imperativo para la competitividad empresarial; esta situación implica que las practicas socialmente responsables deban articularse

en torno a políticas organizacionales y no a hechos aislados que respondan a una mera filantropía empresarial. Por este motivo, la guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social – ICONTEC (2008) indica acerca de esta temática lo siguiente:

La RSE (Responsabilidad Social Empresarial), es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico (S.P).

En este orden de ideas, así como en la actividad empresarial se ha definido un nuevo concepto de gestión también se ha implantado el uso de los modelos de Balance Social, documento que según García (2007):

Es un tipo de informe social que pretende constituir una alternativa al compromiso de los entes públicos o privados para rendir cuenta sobre su responsabilidad social. Actualmente esta forma de exposición está basada principalmente en la emisión voluntaria de informes sociales, tanto cualitativa como cuantitativa y estos últimos pueden ser financieros como no financieros (p.16).

Es precisamente a partir de la importancia que vienen tomando las prácticas de RSE al interior de las organizaciones, y la necesidad emergente de vincular tales prácticas con la rendición de información cuantitativa y cualitativa de manera objetiva sobre el desarrollo de las

actividades en el campo de los recursos humanos, así como medir el desempeño de programas de carácter social, que se requiere de un sistema de información que dé cuenta de la realidad social; bajo estas dinámicas hace su aparición el concepto de Contabilidad Social (Hernández, 2008).

La Contabilidad Social como ciencia encargada de identificar, valorar y revelar información concerniente al grado de responsabilidad social de las organizaciones empresariales, florece “en la década del sesenta en el siglo pasado, precisamente gracias al surgimiento de nuevos usuarios de la información contable, nuevos actores que demandan información para la toma de decisiones” (Hernández, 2008, pág. 189).

De acuerdo a lo expresado por Araujo (1995), las diferentes necesidades exhibidas por las organizaciones empresariales, han generado que la contabilidad tienda a tomar direccionamientos de acuerdo al área funcional que vaya apoyar en la toma de decisiones; en este sentido, la ciencia contable ha definido técnicas y procedimientos orientados hacia el reconocimiento, la valoración y la revelación de las transacciones efectuadas tanto en los aspectos financieros, de producción y administrativos, como de los hechos sociales llevados a cabo por estos agentes de naturaleza económica.

En la empresa Norgas S.A, respecto a la responsabilidad social y teniendo en cuenta que la Ley es aún un proyecto y por lo tanto no es de obligatoria cumplimiento, se debe anotar que en cuanto a al recurso humano, la responsabilidad social disminuye el absentismo, mejoran las tasas de retención de los talentos y aumentan su lealtad y compromiso. Debido a que disminuye las posiciones incómodas, da pautas de resolución de conflictos y la oportunidad de sentir que el

impacto positivo de su labor concilia con sus expectativas de desarrollo humano, los negocios son parte de la actividad humana y, por lo tanto, son intrínsecamente morales.

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

También se debe mencionar que el contexto en el que se mueve la empresa, la responsabilidad social empresarial es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que ha generado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles, por un lado un papel más activista de los consumidores, que existe mucho más que calidad en los productos y servicios, esperando que la empresa cuide el medio ambiente, que respete los derechos humanos y que sea transparente, por otro lado los proveedores exigen contar con clientes que posean un mínimo de información social, que incremente los controles sobre la responsabilidad social.

Teniendo en cuenta todo lo anterior se debe decir que la responsabilidad social empresarial posee ventajas internas como son se mejora el clima laboral, productividad, calidad, rentabilidad, cohesión interna, mejores profesionales, mayor control y gestión de riesgos, mayor atracción y retención del talento. En cuanto a lo externo se tienen beneficios como son la adjudicación de contratos, mayor fidelidad de los clientes, mejores relaciones comerciales con

grandes empresas, premios, etiquetas distintivas, posicionamiento de marca, reconocimiento público, ventajas fiscales, y acceso créditos y microcréditos.

De otra parte la parte social, en el “deber ser” de las cosas, se encuentra por lo menos expresada, pero en el desarrollo práctico de la contabilidad se manifiestan claramente las debilidades y desventajas en cuanto a la existencia de un sistema de información contable revestido de procesos y procedimientos que propendan por garantizar la parte social de la contabilidad, con el mismo ímpetu que se hace con la parte financiera.

Es en este punto, en donde se pretende mostrar la principal crítica al actual sistema contable, debido a la inexistencia de procesos y procedimientos sistematizados que propendan por garantizar una información que cumpla con los objetivos de la información contable y acorde con los Principios PCGA(Hernández Rodríguez, 2013).

Lo que normalmente se encuentra, es un afanoso conjunto de acciones al final del periodo contable, mediante las cuales se recopilan los eventos que tienen que ver con lo social a fin de plasmarlas en un informe financiero que incluye aspectos relacionados con la RSE y no un proceso ordenado de información de contabilidad social, que cumpla con lo estipulado en el artículo 4 del Decreto 2649 de 1993, que al final genere resultados objetivos e imparciales.

No puede dejarse de lado el concepto de ética e independencia del contador público, pues de él depende la veracidad y la confiabilidad de la información que es por lo general presentada y procesada por la misma empresa a la que no le conviene presentar Informes de Balance Social

con flujos de recursos negativos. Por estos motivos, se propone el siguiente proceso contable social, en ocasión a la generación de memorias de sostenibilidad o balances sociales.

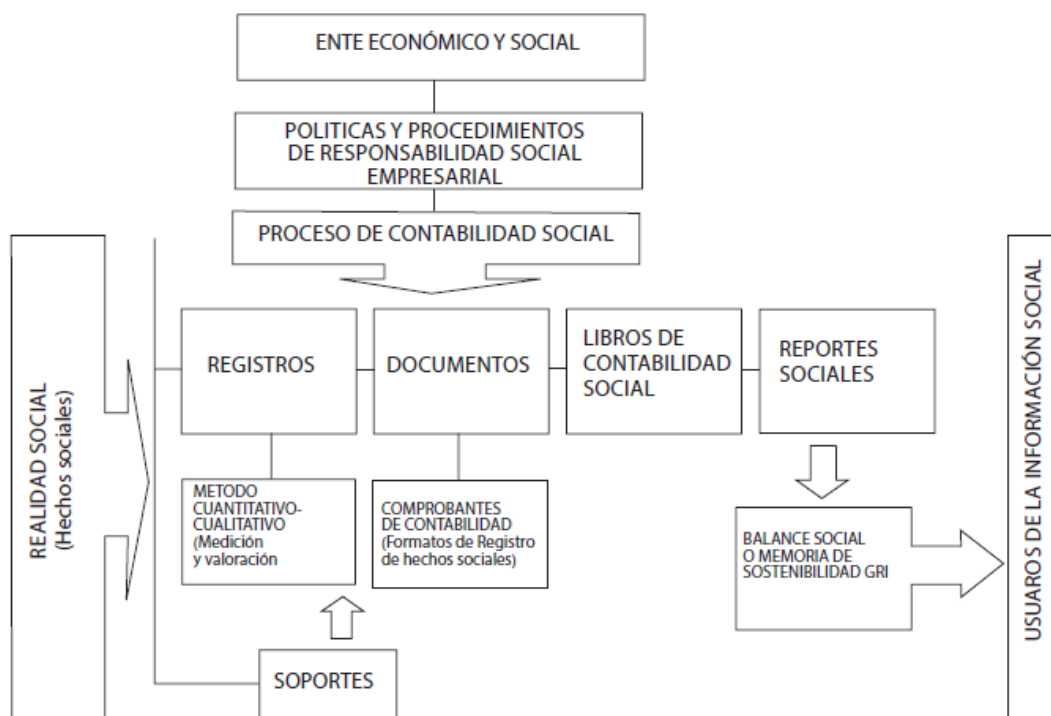


Figura 21. Proceso contable social

Fuente. Hernández Rodríguez, Danilo Rafael. 2013

4.3 Establecer porque en los estados financieros de la empresa no se refleja la responsabilidad social.

A nivel regional se ha evidenciado que en los estados financieros no se refleja la responsabilidad social, se podría decir que por falta de capacitación en el tema, por lo que se debe decir que existen algunos criterios para el reconocimiento e inclusión de la Responsabilidad Social (RS) en la información financiera de las entidades, que cumpla con la finalidad de

informar a los grupos de interés y usuarios tanto internos como externos a dicha información, sobre el impacto de sus prácticas de RS. El propósito de la información financiera consiste en proporcionar información relevante sobre las actividades económicas de las entidades para la toma de decisiones, en este sentido, la RS se ha convertido en las últimas décadas en una nueva forma de gestión de las organizaciones, que implica la necesidad de comunicar a los usuarios sobre la información financiera de los impactos económico, social y ambiental que se derivan de ello.

Los hallazgos encontrados en la literatura y normatividad contable muestran que todavía no se ha dado una respuesta concreta sobre la incorporación de la RS a la información financiera; los avances muestran solamente Reportes de Sustentabilidad, Balance Social, entre otros. Por lo tanto, existe un desafío para la profesión contable cuya investigación se dirija hacia la inclusión de la RS en la información financiera o construcción de un estado financiero que revele específicamente tal situación.

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

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

Es justamente esta necesidad de informar sobre las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones, lo que ha permitido el desarrollo de instrumentos como Reportes de Sustentabilidad, Balance Social, entre otros; que muestran resultados sobre la gestión en materia económica, social y ambiental; pero que no permiten de una manera objetiva cuantificar y cualificar la RSE en términos financieros. Ante esta situación, el objetivo de esta revisión teórica, consiste en establecer algunos criterios para la inclusión de los efectos de la RS en la información financiera de las entidades, desde la perspectiva contable, de forma cuantitativa y cualitativa, que cumpla con la finalidad de informar a las partes interesadas o grupos de interés y usuarios tanto internos como externos de dicha información, sobre el impacto de sus prácticas de RS, a través de los estados financieros (Saavedra García, 2011).

La exploración que ha realizado la profesión contable para la inclusión de la RS en la información financiera de las entidades, sirve de base para su identificación, evaluación y presentación en los estados financieros de las organizaciones desde una óptica teórica con apego a la norma contable. El principal enfoque de esta revisión consistirá en las posturas teóricas y normativas para la producción de información financiera, como una herramienta de comunicación de las prácticas de RS de las organizaciones, que contribuya a una mejor toma de

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

Actualmente las organizaciones enfrentan una demanda social respecto de las expectativas de su desempeño económico, social y ambiental que se traduce como responsabilidad social; lo que significa una nueva forma de gestión en donde la organización vaya más allá del cumplimiento legal y económico, y participe de manera voluntaria con el desarrollo social y ambiental del entorno donde interviene. Ello implica que el éxito de las organizaciones, empresas, instituciones o corporaciones en general ya no depende única y exclusivamente de la calidad del producto o servicio en sí mismo, sino que es imperativo buscar nuevas herramientas estratégicas de inversión en activos intangibles e inversión social y ambiental para dar cumplimiento a los objetivos organizacionales; tal es el caso de la Responsabilidad Social, y desde luego la comunicación de resultados a través de la información financiera que es vital en cualquier organismo social (Saavedra García, 2011).

Según la investigación realizada se pudo evidenciar que en los estados financieros no se refleja la responsabilidad social, esto puede ser por la falta de capacitación e importancia que se le debe dar a los mismos, de igual forma y como la Ley es todavía proyecto, no se le ha dado el reconocimiento e inclusión de la Responsabilidad Social (RS) en la información financiera de las entidades, que cumpla con la finalidad de informar a los grupos de interés y usuarios tanto

internos como externos a dicha información, sobre el impacto de sus prácticas de responsabilidad social.

Descociendo que el propósito de la información financiera consiste en proporcionar información relevante sobre las actividades económicas de las entidades para la toma de decisiones, la contabilidad financiera y gerencial deben transformarse para dar cuenta de la responsabilidad social empresarial, donde los participantes directos o indirectos en la gestión empresarial tengan información que ayude a mejorar la comprensión de la realidad y la deliberación pública sobre los efectos sociales esperados de las empresas.

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

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

Teniendo en cuenta que en la actualidad no se refleja la responsabilidad en la empresa Norgas S.A, se propone el siguiente esquema.

Tabla 22.*Modelo de balance de responsabilidad social.*

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

Nota. Fuente: Fundación universitaria LUIS AMIGO.

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

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

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

La normatividad contable a través de las NIF A-3, ya reconoce de inicio que el usuario de la información financiera, cada vez con mayor frecuencia evalúa, el grado en que la entidad satisface su responsabilidad social. La entidad, por consiguiente, adquiere con mayor medida un compromiso ante la sociedad de atender el bienestar de la comunidad. Esto representa una nueva tendencia hacia la producción de información financiera donde se incluya la RS como un evento económico y social identificable y cuantificable que forme parte de la información financiera de la entidad (Pérez Pineda, 2011).

Capítulo 5. Conclusiones

Por medio de las encuestas y la matriz DOFA, se logró hacer un diagnóstico, conociendo la responsabilidad social, como también las fortalezas y oportunidades, lo cual la hace ser fuerte, aunque no se puede desconocer que también poseen debilidades y amenazas.

Se puede decir que el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa, contribuye al sostenibilidad de la misma, por lo cual permite abordar de manera efectiva las distintas áreas del concepto, teniendo en cuenta lo anterior se puede determinar que en la empresa se debe empezar a trabajar de forma ardua en la responsabilidad social con la comunidad.

Teniendo en cuenta los estados financieros de la empresa, se determinó el reflejo de la responsabilidad social, con lo que se pudo establecer que en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander no se refleja la responsabilidad social, la cual ya debe ser empezada a aplicarse.

Capítulo 6. Recomendación

Se debe realizar continuamente diagnósticos de la responsabilidad social empresarial, a través de la matriz DOFA, con el fin de lograr corregir las falencias presentadas en la empresa y con ello lograr el objeto social planteado inicialmente.

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

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

Referencias

- Alegria Cueto, O. F. (2016). El rol del contador frente a la implementación de la responsabilidad social empresarial en el Peru 2015-2016. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Araujo, A. (2009). Integración de la responsabilidad social empresarial como mecanismo de adaptación a las nuevas exigencias del mercado. Bogotá: Cited .
- Asociación de Empresarios Cristianos. (28 de Enero de 2009). http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf. Obtenido de Responsabilidad social empresarial, guía de implementacion para mipymes.
- Asociación española para la calidad. (2017). estion de la responsabilidad social empresarial. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/gestion-de-la-rse>.
- Blanco, C. (2015). Qué es GLP. Cali: Unigas Colombia.
- Cajiga Calderon, J. F. (2014). El concepto de responsabilidad social empresarial. Mexico: Cemefi.
- Catagora, F. (1996). Sistemas y procedimientos contables. Caracas: Mc Graw Hill.
- Colegio de auditores. (10 de Octubre de 2016). <http://www.auditores.org.bo/content/normas-de-contabilidad-nacional-del-ctnac>. Obtenido de Normas de contabilidad.
- Congreso de Colombia. (2010). Ley 142 de 1994. Bogotá.
- Congreso de Colombia. (2015). Ley 70 de 2010. Bogotá.
- Congreso de la república. (2010). Decreto 624 de 1989. Bogotá.
- Correal, I. (2009). El significado de la responsabilidad social empresarial. Bogotá.
- David, F. (2009). Conceptos de administración estrategica. Bogotá: Pearson.
- Daza, L. (2015). Responsabilidad social en las empresas sin ánimo de Lucro de la ciudad de Fonseca Guajira. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
- Duarte, C. (2015). Responsabilidad Social empresarial (RSE). Bogotá.
- Economía simple.net. (30 de Septiembre de 2016). <http://www.economiasimple.net/activos-fijos.html>. Obtenido de Activos fijos.
- Espinosa, R. (2012). Como definir la empresa. Cali: 19° edición.
- Federación Colegio de Contadores Públicos de Venezuela. (2004). Principios de contabilidad generalmente aceptados. Venezuela: Mc Graw Hill.

- Fernandez, A. (20 de Septiembre de 2016). <http://www.contabilidad.tk/CAPITULO-1-Que-es-la-Contabilidad.htm>. Obtenido de La contabilidad.
- Finney, H. (2006). "Curso de Contabilidad." . México: Tomo I, 3ra Edición.
- Gerencie.com. (22 de Septiembre de 2017). <https://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>. Obtenido de Responsabilidad Social empresarial (RSE).
- Hernández Rodríguez, D. R. (2013). Modelo de contabilidad para la responsabilidad social empresarial (RSE). Costa Rica.
- Herrera Alvarado, A. (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. . Bogotá: Revista estudios gerencia.
- Maneschi, A. (30 de Septiembre de 2016). http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/9633/2/1976_vol5_no2_p87-96.pdf. Obtenido de La teoria de la politica económica objetivos, onstrumentos y preferencias.
- Medina Celis, L. M. (2002). Teorias sobre la responsabilidad social empresarial. Obtenido de http://www.academia.edu/24540217/Teorías_sobre_la_Responsabilidad_Social_de_la_Empresa_RSE.
- Mendez, A. (2013). Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: 3^o edición Mc Graw Hill.
- Meza Espinosa, A. (2007). La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad. Bogotá: Pontificia Universidad javeriana.
- Mira, J. C. (29 de Octubre de 2012). <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis03.pdf>. Obtenido de El control fiscal en Colombia.
- Pérez Pineda, J. A. (2011). La responsabilidad social mexicana, actores y temas. Mexico.
- Pinzón Quintero, L. F. (2012). La responsabilidad social empresarial en la legislación colombiana. Villavicencio: 2013.
- Portafolio.com. (2009). Empresas del país han contribuido en mejoramiento de la sociedad, en los últimos 30 años. Bogotá.
- Portar etico del contador. (2007). El contador público en los negocios.
- Quintero, R. (2015). La responsabilidad social en las empresas sin ánimo de lucro de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Ramirez Acosta, J. I. (2001). Administración de las empresas colombianas. Bogotá: Talleres SA.

República de Colombia. (2012). Constitución Política de Colombia de 1991. Bogotá: Norma.

República de Colombia. (2013). Decreto 410 de 1971. Bogotá: Littio.

Rodriguez, A. (27 de Noviembre de 2013). <https://www.guioteca.com/rse/los-inicios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-como-ha-evolucionado/>. Obtenido de Los inicios de la Responsabilidad Social Empresarial, ¿cómo ha evolucionado?

Romaña García, C. (7 de Enero de 2016).

<http://www.minsa.gob.pe/publicaciones/pdf/gestion%20recursos%20humanos.pdf>.
Obtenido de Gestión de las redes de establecimientos y servicios de salud.

Saavedra García, M. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las Finanzas. Cali: Universidad del Valle.

Apéndice

Apéndice A. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa Norgas SA ESP.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
CONTADURÍA PÚBLICA

Objetivo: Realizar un análisis de la responsabilidad social en el área contable y financiera de la empresa NORGAS SA ESP ubicada en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1. ¿Tiene nociones del significado de responsabilidad social empresarial (rse)?

Sí ___ No ___ por qué? _____

2. ¿Qué proyecciones económicas tiene la empresa?

Oferta de nuevos servicios _____

Inversión de tecnología de punta _____

Otras _____ ¿cuáles? _____

3. ¿Cuáles son los retos sociales y económicos?

Generación de fuentes de trabajo _____

Optimización de los productos ofrecidos _____

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

Sí ___ No ___ ¿cuáles? _____

5. ¿Considera necesarias las estrategias antes mencionadas?

Sí ___ No ___ ¿por qué? _____

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

Generación de fuentes de trabajo _____

Gestión comunitaria _____

Productos de calidad _____

Otras _____ ¿cuáles? _____

7. ¿Cuántos empleados tiene contratados actualmente? _____

8. ¿Qué forma de contratación utiliza? _____

9. ¿Considera que los empleados conocen la jerarquía institucional de la empresa?
Si _____ No _____

10. ¿Qué beneficios sociales existen en la empresa? _____

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

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

13. ¿En los estados financieros usted refleja la responsabilidad social?
Si _____ No _____

14. ¿En la empresa usted invierte en la responsabilidad social?
Si _____ No _____

15. ¿Para usted es importante la responsabilidad social?
Si _____ No _____

16. ¿Qué estrategias utiliza sobre responsabilidad social?

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

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

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

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

Gracias por su colaboración