	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADÉMICO		1(77)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	GUILLERMO ANCIZAR CORONEL CARRASCAL CAMILA ANDREA NAVARRO ORTEGA		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURÍA PÚBLICA		
DIRECTOR	LUCILA QUINTERO		
TÍTULO DE LA TESIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>TENIENDO EN CUENTA EL ALCANCE Y EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS EN LA SOCIEDAD, CON ESTE TRABAJO SE PROPONE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PRSE), DE FÁCIL ENTENDIMIENTO Y APLICACIÓN, DIRIGIDO A HORA LIMITADA, QUE PERMITA FORTALECER LA GESTIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA, DE SUS DIRECTIVOS Y DEMÁS MIEMBROS EN RELACIÓN CON EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 77	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 18	CD-ROM: 1



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA DE LA
CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA**

**GUILLERMO ANCIZAR CORONEL CARRASCAL
CAMILA ANDREA NAVARRO ORTEGA**

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

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA DE LA
CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA**

**GUILLERMO ANCIZAR CORONEL CARRASCAL
CAMILA ANDREA NAVARRO ORTEGA**

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

**Director
LUCILA QUINTERO
Contador Público**

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

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	13
1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 General	14
1.3.2 Específicos	15
1.4 JUSTIFICACIÓN	15
1.5 DELIMITACIONES	15
1.5.1 Conceptual	15
1.5.2 Operativa	15
1.5.3 Temporal	15
1.5.4 Geográfica	16
2. MARCO REFERENCIAL	17
2.1 MARCO HISTÓRICO	17
2.1.1 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional	17
2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional	17
2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local	18
2.2 MARCO CONCEPTUAL	19
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial	19
2.2.2. Responsabilidad Social Corporativa	19
2.2.3 Ventajas de la Responsabilidad Social para la Empresa	19
2.2.4 Como se es Socialmente Responsable	20
2.2.5 Empresa	20
2.2.6 Activo Fijo o Permanente	20
2.2.7 Contabilidad.	20
2.2.7.1 Fines de la contabilidad.	21
2.2.7.2 Objetivos de la contabilidad	21
2.2.8 Libros de contabilidad	21
2.2.9 Normas contables	22
2.2.10 Estados financieros	22
2.2.11 Características de la información contable	22
2.2.12 Matriz DOFA	23
2.2.13 Estructura organizacional	23
2.2.14 Estructura administrativa	23

2.3 MARCO TEÓRICO	24
2.3.1 Teoría de los stakeholders	24
2.3.2 La teoría de la legitimación	25
2.3.3 Teoría de la actuación social de la empresa	28
2.4 MARCO LEGAL	28
3. DISEÑO METODOLÓGICO	33
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.2 POBLACIÓN	33
3.3 MUESTRA	33
3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN	34
3.5 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	34
4. RESULTADOS	35
4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA HORA LIMITADA, MEDIANTE LA MATRIZ DOFA	35
4.1.1 Análisis de la encuesta dirigida al representante legal y contador público de la empresa Hora Ltda.	35
4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los empleados de la empresa Hora Ltda.	41
4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los habitantes de la Vereda La Rinconada.	48
4.1.4 Diagnóstico situacional a través de la Matriz DOFA	52
4.2 IMPACTO POSITIVO QUE GENERA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA	54
4.2.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados	54
4.2.2 Responsabilidad social empresarial con los accionistas	54
4.2.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores	54
4.2.4 Responsabilidad social empresarial con la comunidad	54
4.2.5 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente	55
4.3 PROPUESTA DE UN MODELO DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y FINANCIEROS	55
4.4 PLAN DE ACCIÓN CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA	64
5. CONCLUSIONES	65
6. RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFÍA	67
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	68
ANEXOS	69

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Nociones de Responsabilidad Social Empresarial.	35
Tabla 2. Proyecciones económicas que tiene la empresa.	36
Tabla 3. Retos sociales y económicos de la empresa.	37
Tabla 4. Beneficios sociales y económicos otorgados a la comunidad en general.	38
Tabla 5. Reflejos en los estados financieros de la responsabilidad social	39
Tabla 6. Inversión de la empresa en responsabilidad social.	40
Tabla 7. Nociones de responsabilidad social empresarial.	41
Tabla 8. Nivel de satisfacción en cuanto a la oportunidad laboral.	42
Tabla 9. Cancelación de salarios y prestaciones sociales por parte de la empresa.	43
Tabla 10. Fortalezas que debe mantener la empresa Hora Ltda.	44
Tabla 11. Debilidades que debe mejorar la empresa Hora Ltda.	45
Tabla 12. Oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda.	46
Tabla 13. Amenazas de la empresa.	47
Tabla 14. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	48
Tabla 15. Opinión del aporte a la contaminación del medio ambiente por parte de la empresa.	49
Tabla 16. Inconvenientes con la empresa en cuanto a factores contaminantes.	50
Tabla 17. Aportes sociales y/o económicos recibidos en la comunidad por parte de la empresa.	51
Tabla 18. Campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia.	52

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Nociones de Responsabilidad Social Empresarial.	35
Gráfica 2. Proyecciones económicas que tiene la empresa.	36
Gráfica 3. Retos sociales y económicos de la empresa.	37
Gráfica 4. Beneficios sociales y económicos otorgados a la comunidad en general.	38
Gráfica 5. Reflejos en los estados financieros de la responsabilidad social	39
Gráfica 6. Inversión de la empresa en responsabilidad social.	40
Gráfica 7. Nociones de responsabilidad social empresarial.	41
Gráfica 8. Nivel de satisfacción en cuanto a la oportunidad laboral.	42
Gráfica 9. Cancelación de salarios y prestaciones sociales por parte de la empresa.	43
Gráfica 10. Fortalezas que debe mantener la empresa Hora Ltda.	44
Gráfica 11. Debilidades que debe mejorar la empresa Hora Ltda.	45
Gráfica 12. Oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda.	46
Gráfica 13. Amenazas de la empresa.	47
Gráfica 14. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	48
Gráfica 15. Opinión del aporte a la contaminación del medio ambiente por parte de la empresa.	49
Gráfica 16. Inconvenientes con la empresa en cuanto a factores contaminantes.	50
Gráfica 17. Aportes sociales y/o económicos recibidos en la comunidad por parte de la empresa.	51
Gráfica 18. Campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia.	52

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA.	53
Cuadro 2. Elaboración de informes detallados	56
Cuadro 3. Procedimiento para la información contable y financiera	57
Cuadro 4. Procedimiento general del sistema contable	58
Cuadro 5. Procedimiento para la elaboración de los estados financieros	59
Cuadro 6. Nomina	60
Cuadro 7. Registro de ingresos	61
Cuadro 8. Conciliación bancaria	62
Cuadro 9. Manejo de activos	63
Cuadro 10. Plan de acción.	64

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida al representante legal y contador público de la empresa Hora Ltda.	70
Anexo B. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa Hora Ltda.	71
Anexo C. Encuesta dirigida a los habitantes de la Vereda La Rinconada	73
Anexo D. Evidencias fotográficas	74

RESUMEN

El presente es el informe final del trabajo de grado titulado: Responsabilidad social en la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera, en el cual se desarrollaron los objetivos propuestos, como fueron realizar un diagnóstico situacional de la empresa Hora Limitada, mediante la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social; determinar el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Hora Limitada, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma; proponer un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa; y, elaborar un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

En cuanto a la metodología empleada fue de tipo descriptiva, con la cual será posible conocer la situación actual de la empresa Hora Limitada.

Se realizaron una serie de actividades que permitieron concluir el estado actual en cuanto a responsabilidad social empresarial en que se encuentra Hora Limitada, lo cual permitió hacer aportes desde el punto de vista contable y financiero.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene su importancia en la entrega de un trabajo de grado titulado Responsabilidad social en la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

En la época actual, los consumidores no sólo valoran la calidad de los productos, sino los atributos intangibles de las empresas como el servicio al cliente, prácticas amigables con el medio ambiente, trato justo a los empleados, entre otros. Es por ello que se ha creado la importancia de la responsabilidad social en las empresas, a donde muchas de ellas han querido llegar. La empresa Hora Limitada ha venido presentando esta debilidad, ya 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

Teniendo en cuenta el alcance y el impacto de las empresas en la sociedad, se ve la necesidad de proponer un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE), de fácil entendimiento y aplicación, dirigido a Hora Limitada, que permita fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en relación con el área contable y financiera.

Los objetivos desarrollados, fueron los planteados, así: realizar un diagnóstico situacional de la empresa Hora Limitada, mediante la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social; determinar el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Hora Limitada, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma; proponer un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa; y, elaborar un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

El trabajo desarrollado es un aporte y orientación a la empresa Hora Limitada, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo, conservar la fidelidad y aprecio con los clientes, confianza y transparencia en la comunidad. Para los autores del proyecto de investigación, la realización del estudio es una oportunidad para aplicar un importante compendio de conocimientos adquiridos durante la formación como Contadores Públicos y así ponerlos al servicio de la comunidad.

1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social ha representado en las empresas compromisos de actuación correcta con respecto a su entorno contable y financiero, que con anterioridad han sido obviados por las entidades e incluso por la sociedad en general, sin embargo, en 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. La Responsabilidad Social se ha convertido en un tema importante para las empresas, pues en los últimos años ha resultado rentable ser socialmente responsable.¹ La razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciban la idea de generar valor social y económico mediante programas socialmente responsables que ayuden a construir ventajas con relación a la competencia y a la negociación con los proveedores, ya que, al ser la empresa reconocida por la comunidad se gana prestigio y esto en algún momento representa más clientes y por ende, mayores ingresos. Estamos en una época en que los consumidores no sólo valoran la calidad de los productos, sino los atributos intangibles de las empresas como el servicio al cliente, prácticas amigables con el medio ambiente, trato justo a los empleados, entre otros.

Por todo lo anterior cabe resaltar las debilidades que ha venido presentando en la empresa Hora Limitada (antes Ladrillera 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 trae grandes perjuicios tanto para la empresa como para la comunidad, ya que no se cuenta con el programa de responsabilidad social adecuado a las necesidades de las organizaciones y esto redundará en poco desarrollo y crecimiento económico de su entorno social.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué beneficios traerá para la empresa HORA LIMITADA, la realización de un análisis de responsabilidad social?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Realizar un análisis de responsabilidad social para la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

¹ ARTÍCULOS CCRE. ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?. [online]., 2009 [cited 15 noviembre 2009]. [Bogotá, Colombia]. Available from internet:<URL: http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf>

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Hora Limitada, mediante la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social.

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

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

Elaborar un plan de acción con el fin de proponer estrategias para el buen funcionamiento de la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el concepto de “Responsabilidad Social Empresarial” está de máxima actualidad: “ser socialmente responsable” comienza a ser requisito indispensable para que una empresa sea competitiva en el mercado. 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. De esta manera, se evidencia la necesidad de analizar la responsabilidad social empresarial en la empresa Hora Limitada (antes Ladrillera Ocaña) con el fin de contribuir a mejorar el servicio, crecimiento y desarrollo de la misma.

1.5 DELIMITACION

1.5.1 Conceptual. La presente investigación está enmarcada en los siguientes conceptos: contabilidad, estados financieros, objetivos de la contabilidad, libros de contabilidad, responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, ventajas de la responsabilidad social para la empresa, empresa, matriz DOFA, estructura organizacional, estados financieros, estructura administrativa y temática sobre las ladrilleras.

1.5.2 Operativa. Este trabajo se realizará de acuerdo a la información suministrada por las personas encuestadas y por la disposición de los directivos y empleados de la empresa HORA LIMITADA.

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

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en las instalaciones de la empresa HORA LIMITADA, ubicada en la Vereda La Rinconada, del municipio de Ocaña Norte de Santander.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

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

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

Muchas empresas del mundo reconocen hoy los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Igualmente, existen estudios empíricos que demuestran los impactos positivos de la RSE en aspectos como el desempeño financiero, los costos operativos, la imagen de marca y la reputación de las empresas. Sin embargo, la incorporación de políticas y prácticas de RSE en Latinoamérica, es aún incipiente y la mayor parte del interés se presenta en las grandes empresas. No obstante, existe una creciente presión sobre las empresas de la región para que incorporen los conceptos de RSE, no sólo con el fin de competir eficientemente, sino incluso, de garantizar acceso a los mercados internacionales, donde gobiernos y consumidores exigen cada vez más este tipo de prácticas.²

2.1.2 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel nacional. Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE), las

² CAJIGA CALDERÓN, Juan Felipe. El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi, 2007. p.7.

compañías que más han aportado a este hecho son las del Estado, 20%; de servicios públicos, 12%, y de papel y cartón, 11%.

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

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

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

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

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

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

2.1.3 Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial a nivel local. De acuerdo a la investigación realizada se encontraron antecedentes históricos sobre la responsabilidad social empresarial en algunas empresas como: Crediservir, Espo S:A, Centrales Eléctricas (EPM), Alcaldía Municipal Ocaña, Almacenes Éxito, Sena, Comfaoriente, Comfanorte, Hospital Emiro Quintero Cañizares, Banco Colombia, Banco Bogotá, Banco Colombia entre otros.

³ Ibid., p.8.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial. Tiene como fundamento fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés. Uno de los objetivos de la RSE es la de fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés implementando procesos de responsabilidad social al interior, generando beneficios para las empresas.⁴

2.2.2. Responsabilidad Social Corporativa. Es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general.⁵

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

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

"En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro.

La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la

⁴ Ibid., p.15.

⁵ Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) Documento N° 1: Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, 2005. p. 29.

capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas".⁶

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

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

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.⁷

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

2.2.7 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.

⁶ FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. (on line). [Buenos Aires]: Fundación Cordón del Plata, may., 2010 [citado el 23 de julio de 2013]. Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

⁷ FREED R. David. Conceptos de Administración estratégica. 3 ed. México: McGraw Hill, 2010. p. 315.

2.2.7.1 Fines de la contabilidad. Los propósitos fundamentales de la contabilidad son los siguientes.⁸

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

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

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

Prever con bastante anticipación el futuro de la empresa.

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

2.2.7.2 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.⁹

2.2.8 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

⁸ MUJERES DE EMPRESA. Glosario de términos contables. [En línea]. s.n. Actualizado en el 2009. s.n. s.l. Febrero de 2009. Febrero de 2009. [Citado el 15 de Diciembre de 2012]. Disponible en Internet En: <<http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/090305-glosario-contabilidad.asp>> p. 1 de 15.

⁹ FEDERACIÓN COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE VENEZUELA. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Venezuela. Editorial Mc Graw Hill, 1994. p 7

del registro manual, pero esto no quiere decir que pierda sus características enunciadas anteriormente.¹⁰

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

2.2.10 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:¹¹

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

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

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

El estado de flujo de efectivo.

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

2.2.11 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

¹⁰ MIRA, Juan Carlos. El control fiscal en Colombia, Bogotá, Universidad Pontificia Javeriana, 2001, p 162 [En línea]. [Citado el 29 Octubre de 2012]. Disponible en internet <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis03.pdf>>

¹¹ CATÁCOR, F. [Sistemas](#) y Procedimientos Contables. Primera [Edición](#). Editorial McGraw/Hill. Caracas Venezuela. 1996. p 15

tener particulares necesidades informativas. A fin de satisfacer esa variedad de interés la contabilidad está estructurada bajo un método que permite suministrar información mediante estados financieros principales, estados financieros secundarios o complementarios y reportes analíticos de uno o más elementos de dichos estados. De ellos, algunos son útiles prácticamente para cualquier usuario; el resto se presenta en los casos que específicamente lo requieren.

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

2.2.12 Matriz DOFA.¹² El Análisis DAFO, también conocido como Matriz ó Análisis "DOFA" o también llamado en algunos países "FODA", o en inglés SWOT, es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

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

2.2.14 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.¹³

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.

¹² DAVID, Fred R. Conceptos de administración estratégica. 5 ed. Bogotá. Pearson educación 1997. P 38.

¹³ RAMÍREZ ACOSTA, José Ignacio. Administración de las empresas colombianas. Bogotá. Talleres S.A., 2001. P.28

2.3 MARCO TEÓRICO

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

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

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

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

Cuando se trata de la gestión de la responsabilidad social, se debate el asunto de la priorización de los stakeholders, si existen unos primarios y otros secundarios, si hay unos que no importan y otros que tienen derechos efectivos que las empresas reconocen; por ejemplo, el profesor *Mitchel* en 1997 propone medir la prominencia de cada stakeholder, que consiste en su poder, urgencia y legitimidad, para proceder a decidir cómo priorizar las

¹⁴ *Ibid.*, p.7.

necesidades de ese stakeholders; si un grupo presenta estas características, requiere una gran atención y debe ser priorizado en el manejo estratégico de la empresa.¹⁵

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

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

Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.

Promueve el desarrollo humano sostenible.

Protege los derechos humanos.

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

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

Aumento de la productividad y la rentabilidad
Fidelidad y aprecio de sus clientes
Confianza y transparencia con los proveedores
Compromiso y adhesión de sus empleados
Respaldo de las instancias gubernamentales
Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad
Oportunidades para nuevos negocios

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

¹⁵ Ibid., p.9.

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

Incremento en la participación del mercado

Mejoramiento de la cultura organizacional

Capacidad de atraer el mejor talento humano

Incremento del valor de la empresa

Mejoramiento de la comunicación interna y externa

Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

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

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

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

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

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

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

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

La empresa en esta idea se configura y expresa con un enfoque institucional considerada como organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso

¹⁷ Ibid., p.123.

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

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

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

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

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

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

¹⁸ Ibid., p.125.

procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para que prevalezcan intereses auténticos y naturales en la empresa.

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

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

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

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

2.4 MARCO LEGAL

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

Los artículos 53, 54, 55, 56 y 57, determinan las relaciones con los trabajadores bajo el amparo de un estatuto del trabajo que considere, en concordancia con lo que la ISO 26000 define como prácticas laborales, la igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración, estabilidad, irrenunciabilidad a los derechos adquiridos, facultad de transigir y conciliar, garantía de seguridad social, capacitación, entrenamiento y descanso.²⁰

Artículo 53. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración

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

²⁰ MINHACIENDA. Normativa. (online). Publicado el 20 de julio de 2008 (citado el 2 de Diciembre de 2012) Disponible en_ <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf> p.58

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

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

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

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

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

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

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

conducta ética en sus transacciones con otras organizaciones, aspecto que está comprendido en la ISO 26000 denominado prácticas justas de operación.

El artículo 83 determina la presunción de la buena fe en las actuaciones de las autoridades públicas, aspecto que lo contempla la ISO 26000 ofreciendo pautas y mecanismos para su desarrollo en la materia fundamental denominada prácticas justas de operación.²¹

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

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.²²

Ley 1480 de 2011. Derechos del Consumidor.²³ Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. Los consumidores tienen el derecho a obtener productos con calidad e idoneidad; Obtener información veraz, oportuna, suficiente, precisa e idónea; Derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos; Derecho a ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión; Derecho a decidir libremente los bienes y servicios que requieran; Proteger sus derechos e intereses organizándose, eligiendo a sus representantes; Derecho de representación para reclamar; los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores; los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo, derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas; Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; y Derecho a obtener protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces.

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

²¹ Ibid., p.62.

²² CODIGO DE COMERCIO (Decreto 410 de 1971). Bogotá: Momo, 2008. p 11.

²³ SUPERINDUSTRIA. Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. [Bogotá]: Superindustria, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: http://www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf

Artículo 1. Promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, proyectos y operaciones.

Artículo 2. Se aplica a las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 del 2000 (podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial). Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3. Las Empresas micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley tendrán incentivos como: Puntajes adicionales en licitaciones públicas, Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto, Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas, Fomento de innovación tecnológica y otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno nacional.

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

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

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

Artículo 7. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE), será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, o su delegado; El Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda, y Desarrollo Rural o su delegado; Ministerio de la Protección Social o su delegado; Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado; Director del Sena; Dos representantes de Universidades del País; Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores; Dos Representantes DE los gremios de la Industria y Comercio y Tres Representantes de las ONG.

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

Norma SA-8000²⁴. SA8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La norma SA8000 provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.

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

La norma fue creada por Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI). SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias. El sistema de la norma SA 8000 ha sido diseñado según el modelo de las normas ya establecidas ISO 9001 e ISO 14001 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental. La norma fue desarrollada y probada en campo por el Consejo de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities - CEP), entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un Consejo Asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo.²⁵

²⁴ SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) Publicado en 2001 (citado el 6 de Diciembre de 2012). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf> p.3.

²⁵ Ibid., p.5.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

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

El proyecto se realizó teniendo en cuenta este tipo de investigación, pues se va a hacer un estudio de la situación actual de la empresa HORA LIMITADA de la ciudad de Ocaña.

3.2 POBLACIÓN

La población para este estudio estuvo conformada en la parte interna por el representante legal, contador público y 6 empleados; en la parte externa por las 112 personas que habitan la Vereda La Rinconada.

3.3 MUESTRA

Por considerarse la población interna demasiado reducida, se estimó conveniente aplicar la muestra a la totalidad de la población y en cuanto a los habitantes de la Vereda, se acudirá al muestreo probabilístico aleatorio simple (al azar), dando equilibrada participación, para lo cual se acudió a una fórmula estadística.

La fórmula a utilizar es:

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

Donde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 112 personas

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

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

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5
E = Error poblacional dispuesto a asumir = 6% = 0.06

$$n = \frac{112 (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(112 - 1) * (0.06)^2 + (1.96) * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{112 (3.8416) * 0.25}{111 (0.0036) + (3.8416) * 0.25}$$

$$n = \frac{107.5648}{1.36}$$

n = 79 personas

3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

Técnicas de Recolección de Información. Fuentes Primarias: Entre las fuentes primarias de información utilizadas en el estudio investigativo descriptivo se encuentran la asesoría de contadores públicos, docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña y demás personas y entidades que provean información base para este estudio; se utilizará la entrevista personal dirigida al representante legal de la empresa y al contador público; a los empleados de la misma, se les aplicará una encuesta; todo esto con el fin de conocer a fondo las operaciones de la empresa para obtener una visión clara de los procedimientos financieros y administrativos manejados. En este estudio se emplearán diferentes instrumentos de recolección de información como: la encuesta y observación directa. (Ver anexo A y B, encuestas)

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

3.5 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

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

4. RESULTADOS

4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA HORA LIMITADA, MEDIANTE LA MATRIZ DOFA

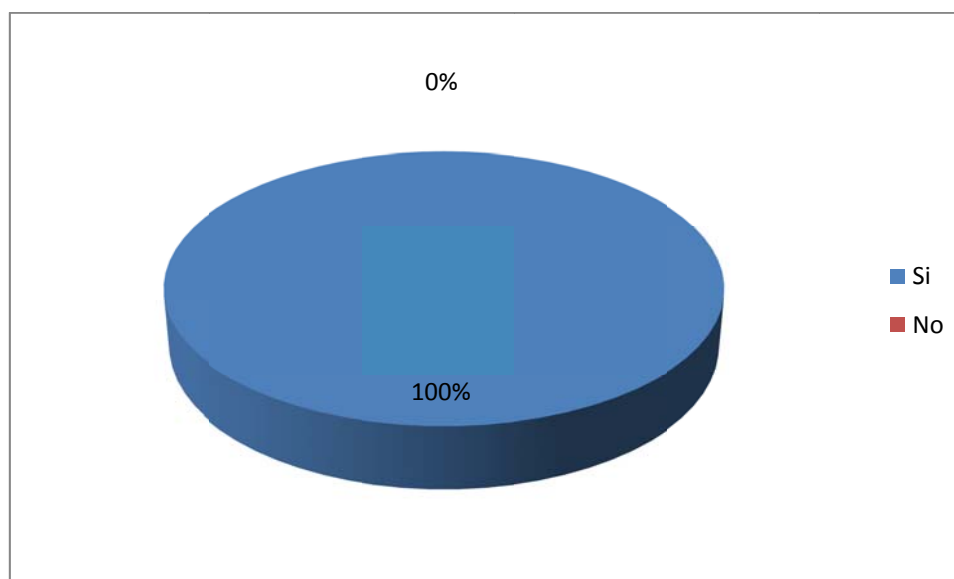
4.1.1 Análisis de la encuesta dirigida al representante legal y contador público de la empresa Hora Ltda.

Tabla 1. Nociones de Responsabilidad Social Empresarial.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	100
No	0	0
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 1. Nociones de Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Autores del proyecto.

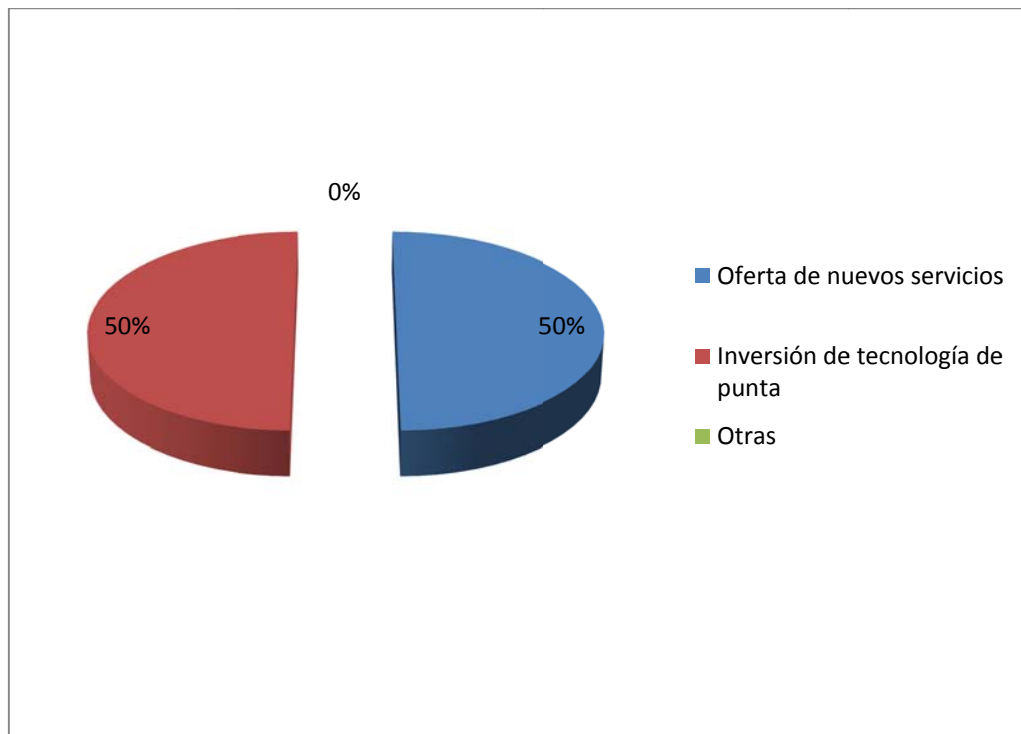
Con el fin de realizar la encuesta y saber de las nociones de responsabilidad social empresarial que el representante legal y el contador público de la empresa Hora Ltda., tienen sobre el tema, se les indagó acerca del mismo obteniéndose una respuesta satisfactoria, ya que el 100% tiene conocimiento de su significado.

Tabla 2. Proyecciones económicas que tiene la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Oferta de nuevos servicios	1	50
Inversión de tecnología de punta	1	50
Otras	0	0
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 2. Proyecciones económicas que tiene la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

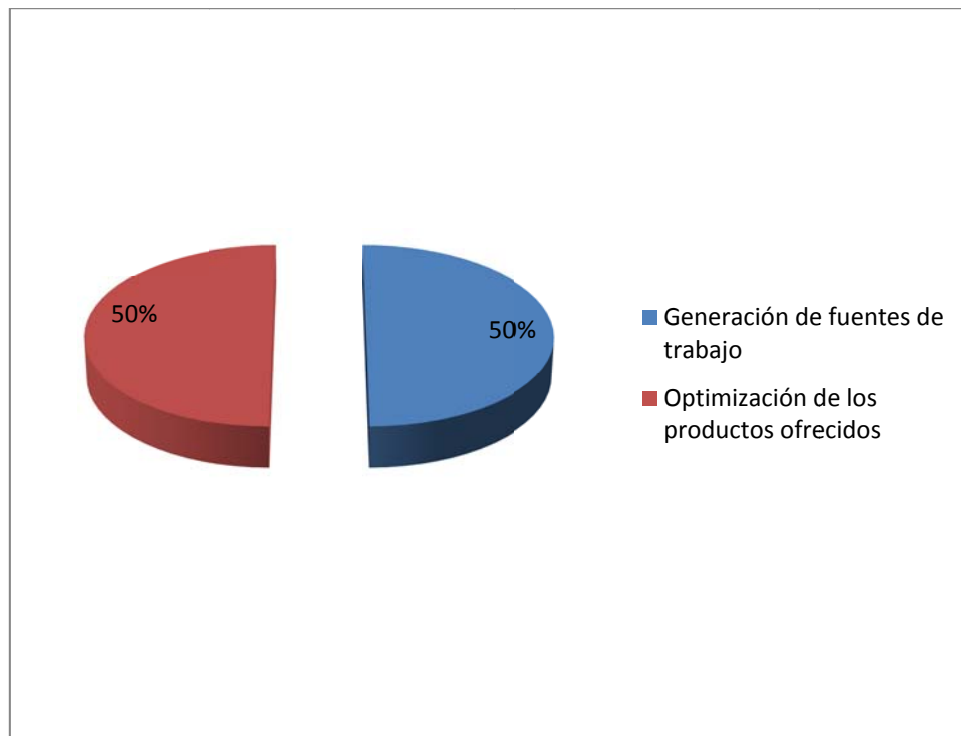
Al preguntarle a los encuestados acerca de las proyecciones económicas que tiene la empresa, éstos opinaron de manera dividida, ya que el 50% dice que la oferta de nuevos servicios es bastante importante para la empresa, teniendo en cuenta los avances que existen en la actualidad en cuanto a construcciones. El otro 50% dice que la inversión de tecnología de punta, es otra de las proyecciones importantes, teniendo en cuenta la afirmación anterior, los dos opinan lo mismo.

Tabla 3. Retos sociales y económicos de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Generación de fuentes de trabajo	1	50
Optimización de los productos ofrecidos	1	50
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 3. Retos sociales y económicos de la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

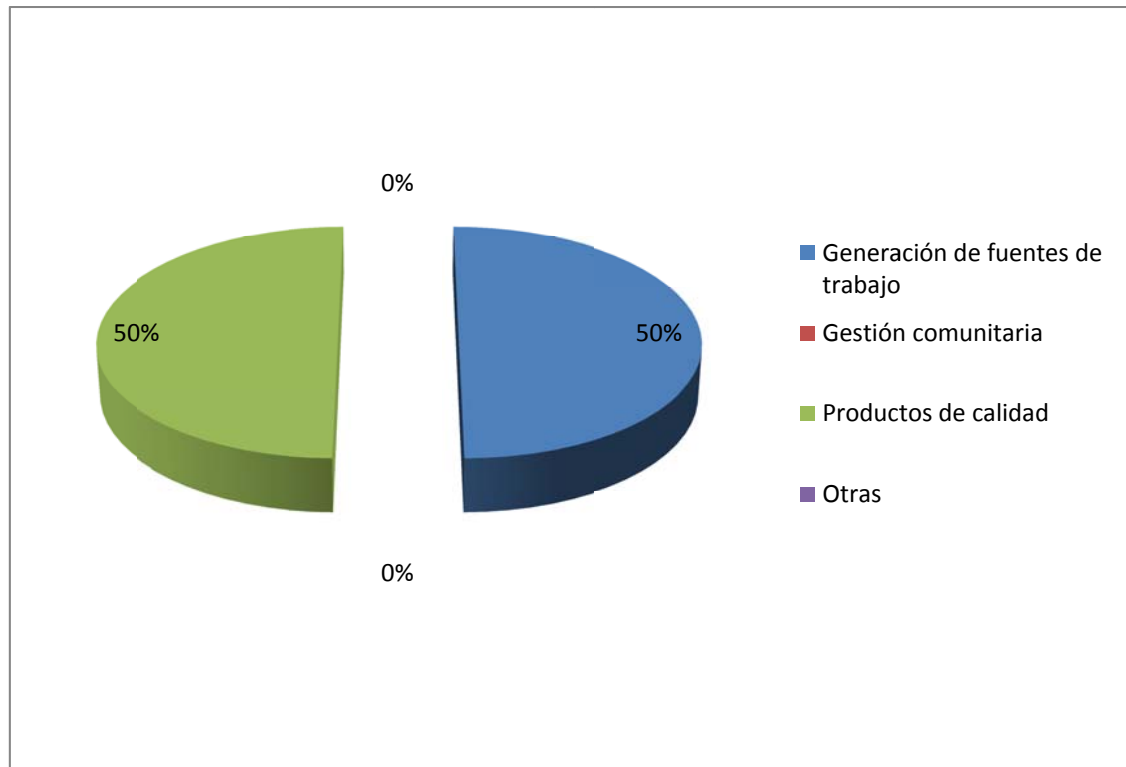
De las personas encuestadas, el 50% opina que la generación de fuentes de trabajo es uno de los retos sociales y económicos que tiene la empresa, ya que el nivel de desempleo a aumentado en la ciudad, lo que generaría que la empresa Hora Ltda., ayudara a disminuir el mismo ofertando trabajo para estas personas. El 50% restante opina que la optimización de los productos ofrecidos, es un reto que tiene la empresa, ya que con ello se atrae más clientela, aumentando las ventas y, así mismo, la rentabilidad de la empresa.

Tabla 4. Beneficios sociales y económicos otorgados a la comunidad en general.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Generación de fuentes de trabajo	1	50
Gestión comunitaria	0	0
Productos de calidad	1	50
Otras	0	0
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 4. Beneficios sociales y económicos otorgados a la comunidad en general.



Fuente: Autores del proyecto.

Teniendo en cuenta lo importante que es para la empresa la generación de fuentes de trabajo, esto ha sido uno de los beneficios otorgados a la comunidad, dice el 50%.

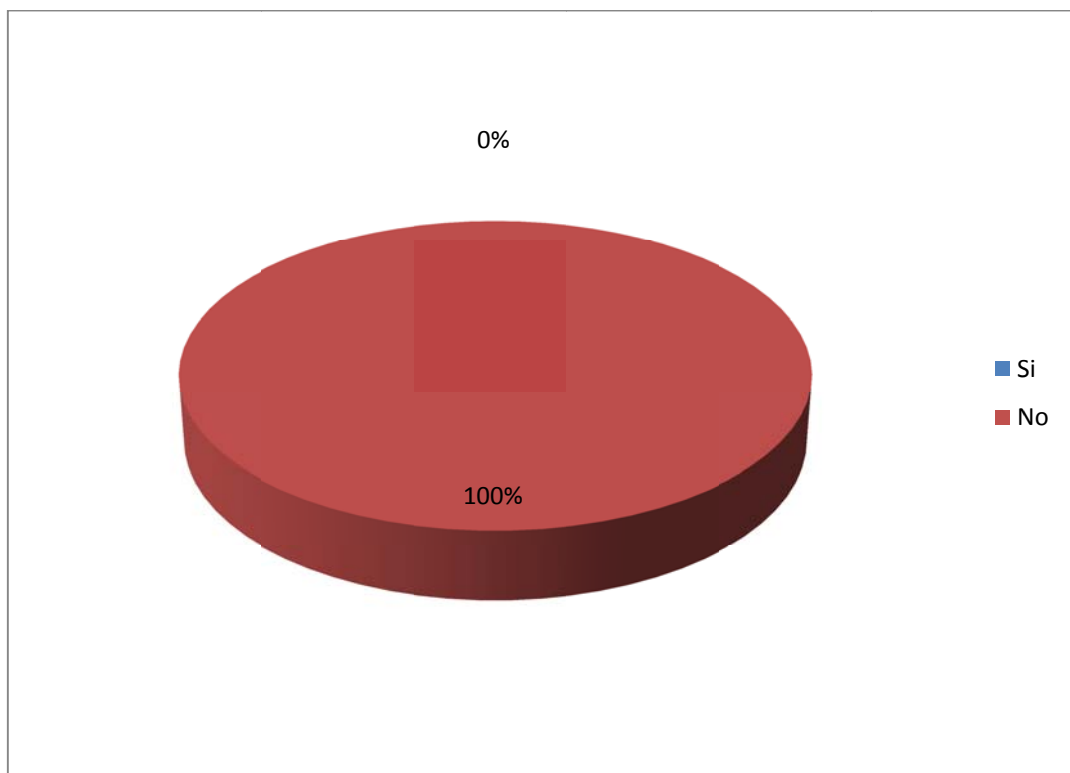
El restante opina que los productos de calidad también son beneficios, ya que genera seguridad en la comunidad a la hora de adquirir el mismo.

Tabla 5. Reflejos en los estados financieros de la responsabilidad social

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	100
No	0	0
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 5. Reflejos en los estados financieros de la responsabilidad social



Fuente: Autores del proyecto.

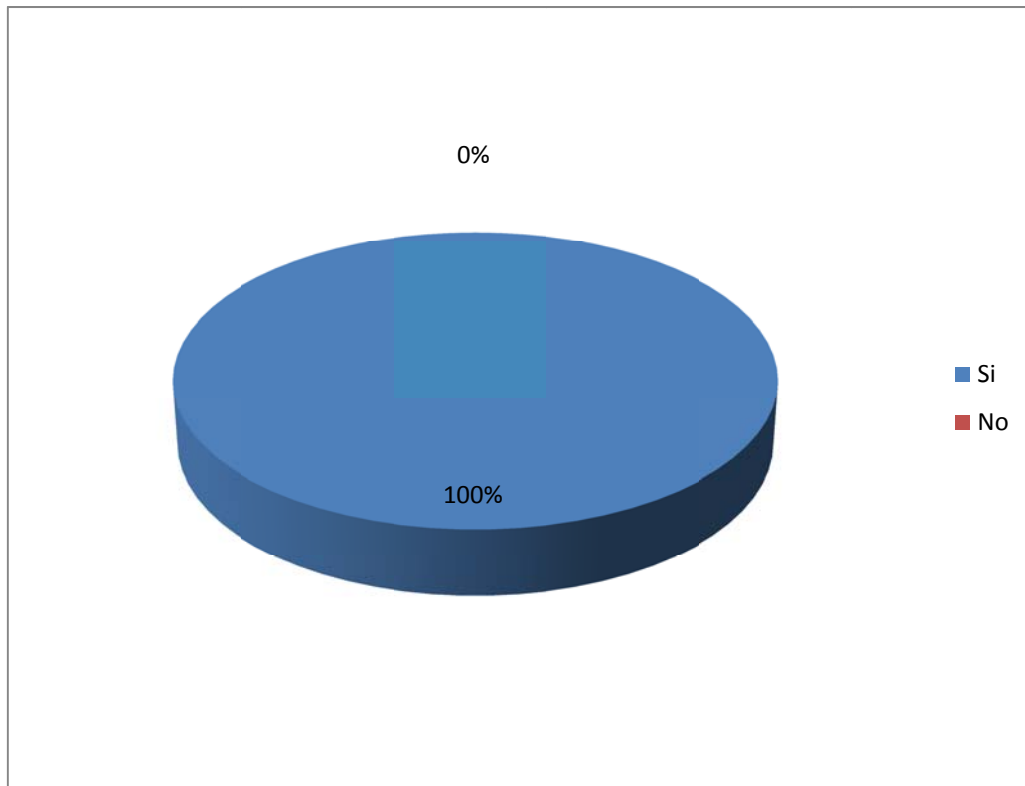
Según opinión de las partes encuestadas, el 100% dice estar reflejado en los estados financieros la responsabilidad social de la empresa, teniendo en cuenta que los aportes que se hacen a la comunidad para eventos, siembra de árboles, entre otros, son sumados como diversos en la cuenta de gastos operacionales.

Tabla 6. Inversión de la empresa en responsabilidad social.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	100
No	0	0
Total	2	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 6. Inversión de la empresa en responsabilidad social.



Fuente: Autores del proyecto.

Relativamente la empresa si invierte en responsabilidad social, opina el 100% de los encuestados, ya que la empresa apoya a la comunidad en cualquier evento que se realice, cumple con sus trabajadores y proveedores, promueve campañas en contra de la contaminación ambiental, entre otros factores, lo que la hace inversionista en responsabilidad social.

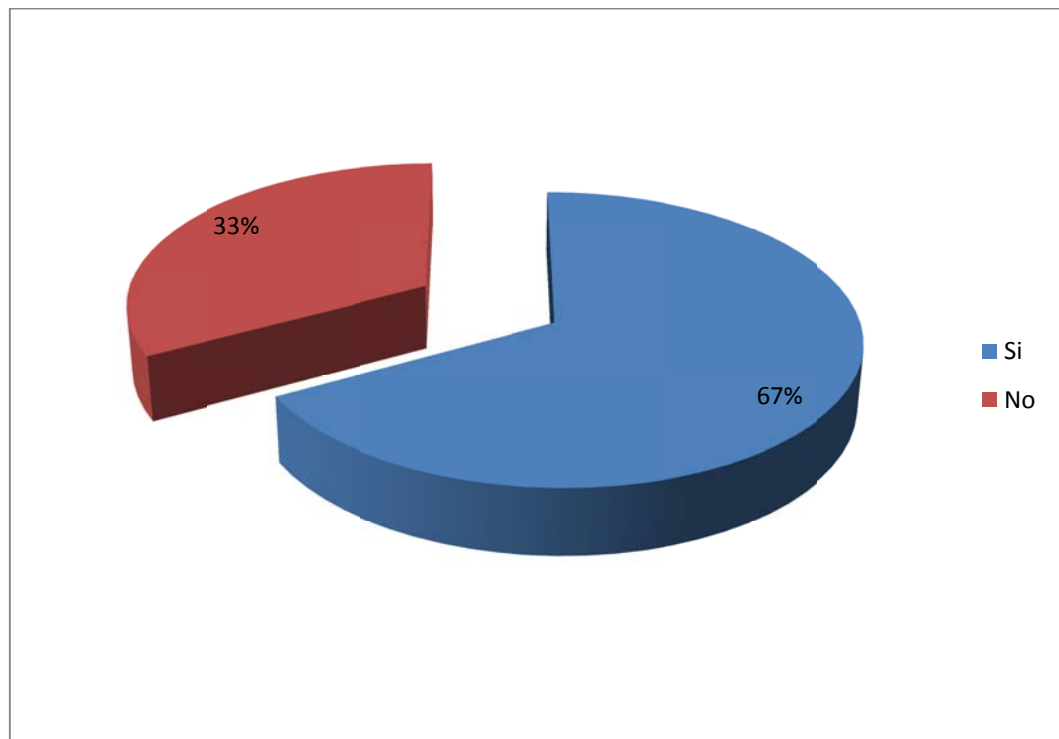
4.1.2 Análisis de la encuesta dirigida a los empleados de la empresa Hora Ltda.

Tabla 7. Nociones de responsabilidad social empresarial.

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

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 7. Nociones de responsabilidad social empresarial.



Fuente: Autores del proyecto.

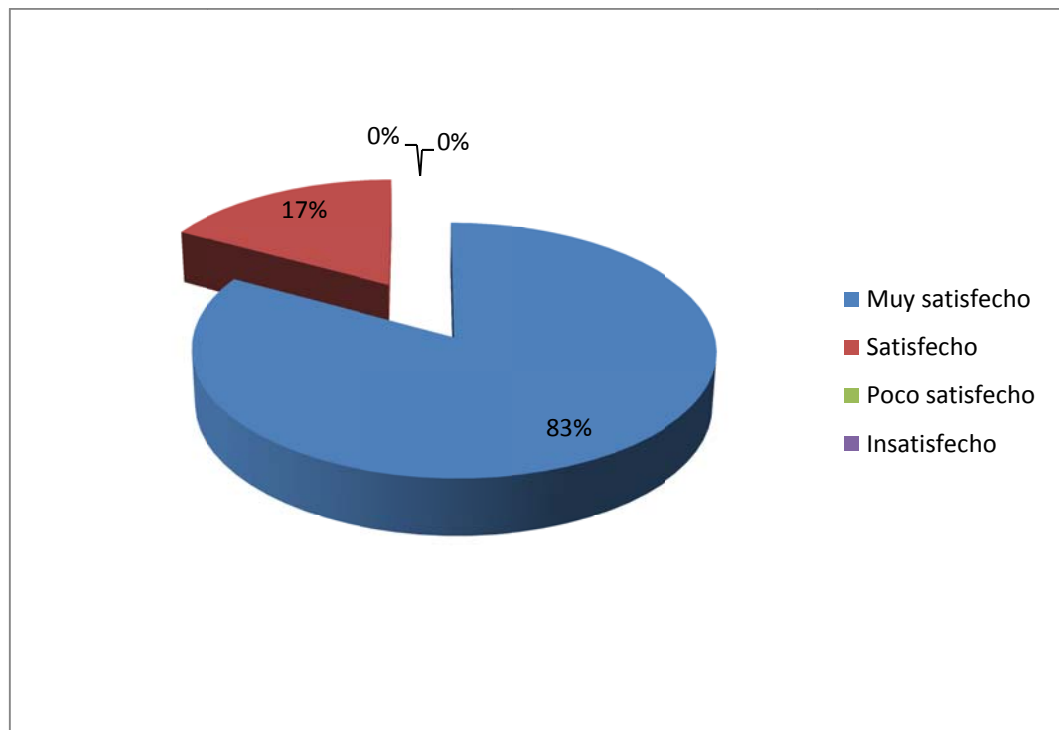
El 67% de los empleados encuestados dicen si conocer acerca de lo que significa la responsabilidad social, lo cual hace que éstos estén más atentos al cumplimiento de la misma, aportando sus saberes en el momento indicado. El 33% restante dice no conocer del mismo.

Tabla 8. Nivel de satisfacción en cuanto a la oportunidad laboral.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	5	83
Satisfecho	1	17
Poco satisfecho	0	0
Insatisfecho	0	0
Total	6	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 8. Nivel de satisfacción en cuanto a la oportunidad laboral.



Fuente: Autores del proyecto.

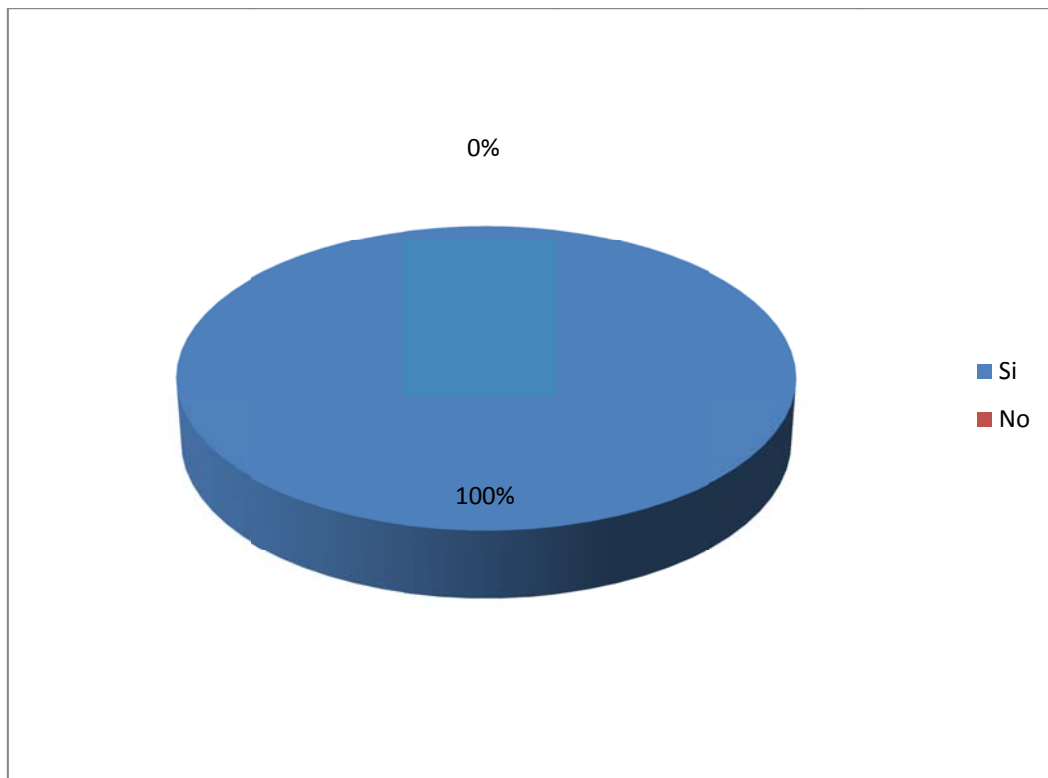
La satisfacción encontrada en la empresa Hora Ltda., por parte de los empleados es muy importante, teniendo en cuenta que la gran mayoría, el 83% dicen encontrarse muy satisfechos con la oportunidad laboral ofrecida por la empresa, lo cual los ha ayudado a su manutención y la de sus familias. Igualmente, el 17% restante, se encuentran satisfechos, siendo estas cifras de gran reconocimiento para la entidad.

Tabla 9. Cancelación de salarios y prestaciones sociales por parte de la empresa.

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

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 9. Cancelación de salarios y prestaciones sociales por parte de la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

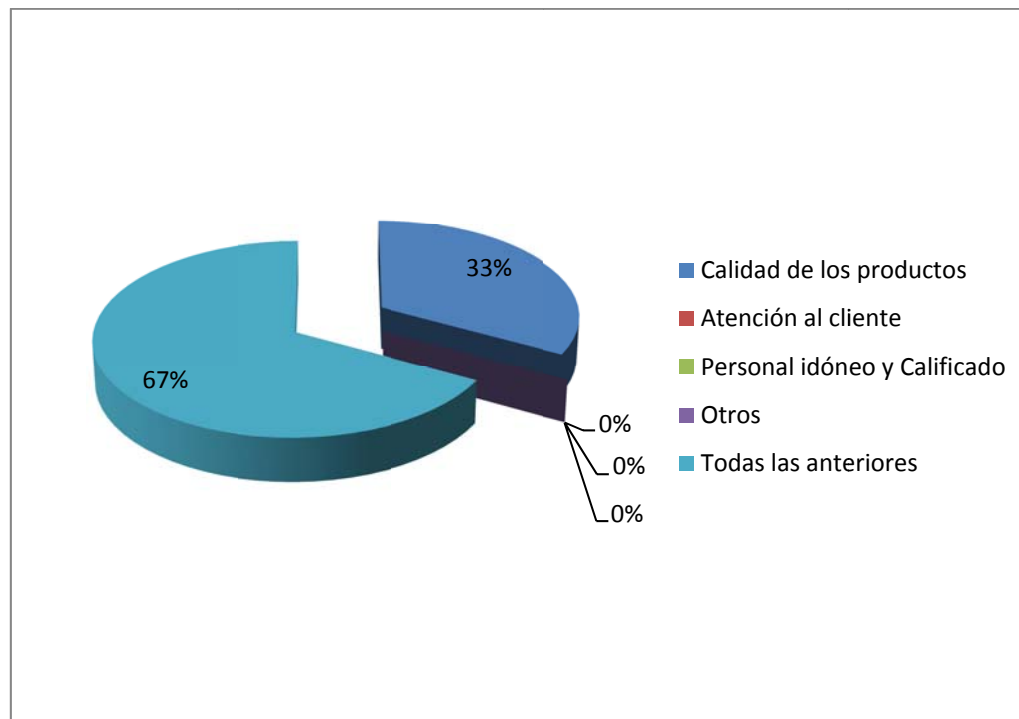
El 100% de los trabajadores de la empresa Hora Ltda., reciben de la misma la cancelación de salarios y prestaciones sociales, según lo estipulado por la Ley, lo que hace que la empresa cumpla a cabalidad con lo exigido por el Gobierno, haciendo de sus empleados que generen buenos resultados por ser bien retribuidos.

Tabla 10. Fortalezas que debe mantener la empresa Hora Ltda.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de los productos	2	33
Atención al cliente	0	0
Personal idóneo y Calificado	0	0
Otros	0	0
Todas las anteriores	4	67
Total	6	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 10. Fortalezas que debe mantener la empresa Hora Ltda.



Fuente: Autores del proyecto.

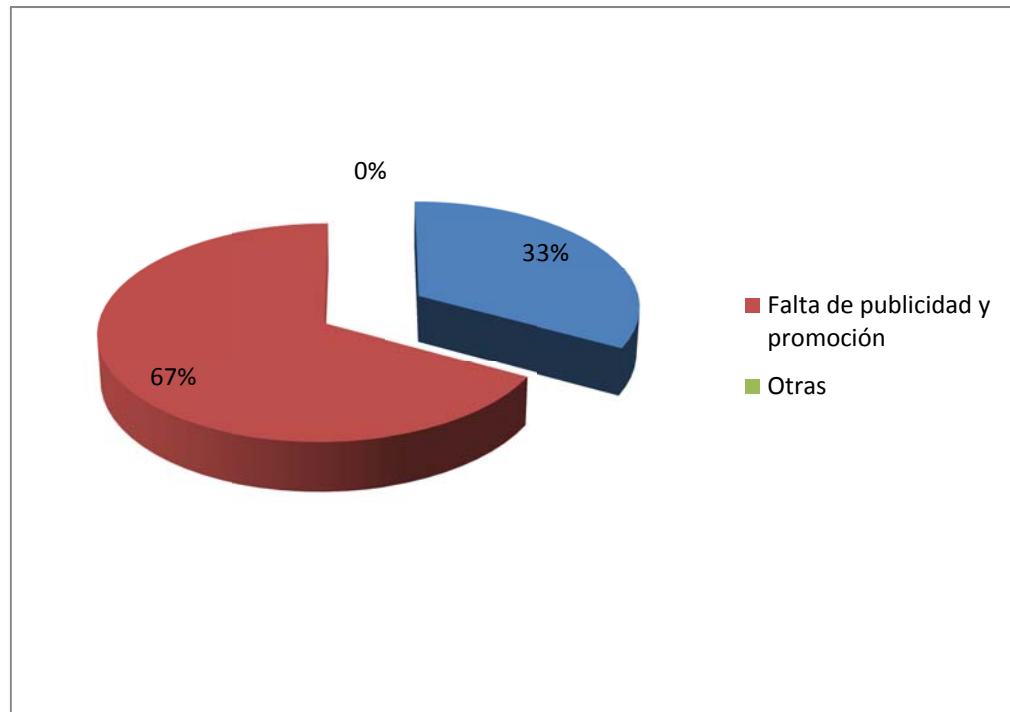
Dicen los empleados que uno de los factores que la empresa debería tener en cuenta y mantener, es la calidad de los productos que allí se comercializan, ya que son éstos los que han dado la credibilidad a la empresa. Pero la gran mayoría de los empleados encuestados, en un 67%, opinan que todos los factores como la calidad de los productos, atención al cliente, personal idóneo y calificado, deben ser tenidos en cuenta en la empresa, para mantenerse en el nivel donde se encuentra.

Tabla 11. Debilidades que debe mejorar la empresa Hora Ltda.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Carencia de organización administrativa	2	33
Falta de publicidad y promoción	4	67
Otras	0	0
Total	6	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 11. Debilidades que debe mejorar la empresa Hora Ltda.



Fuente: Autores del proyecto.

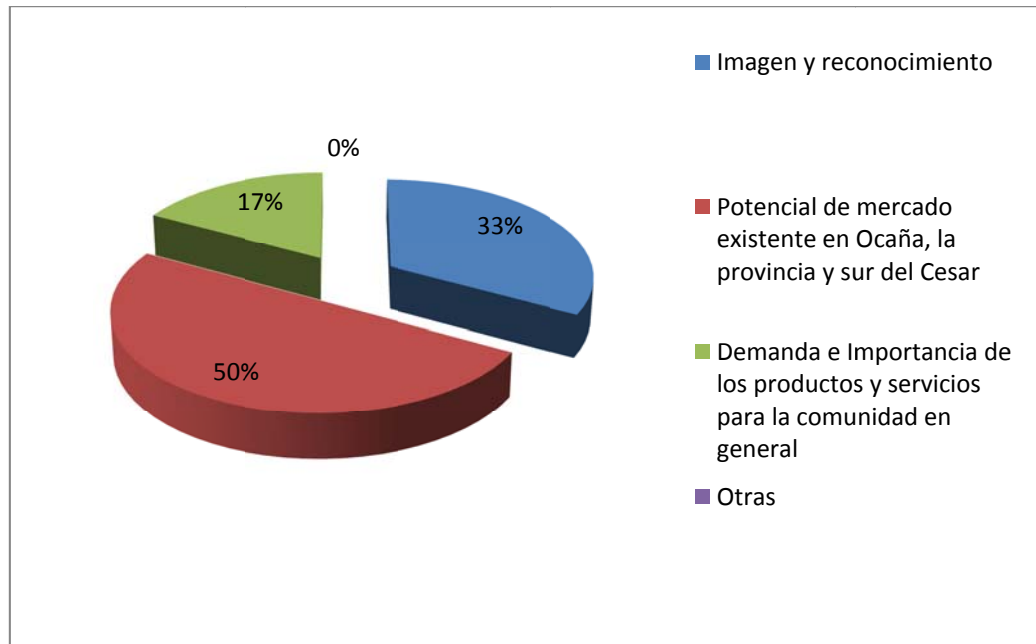
La debilidad mayor que tiene la empresa y que debe mejorar es la falta de publicidad y promoción, opina el 67% que ésta no cuenta con estrategias publicitarias que la muestren más al público, a la comunidad y que llegue a otros lugares. El carecer de organización administrativa, es otra debilidad de la empresa, lo cual debería ser mejorada, opina el 33% restante.

Tabla 12. Oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Imagen y reconocimiento	2	33
Potencial de mercado existente en Ocaña, la provincia y sur del Cesar	3	50
Demanda e Importancia de los productos y servicios para la comunidad en general	1	17
Otras	0	0
Total	6	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 12. Oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda.



Fuente: Autores del proyecto.

En cuanto a las oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda., en su mayoría (50%) opinan, es el potencial de mercado existente en Ocaña, la Provincia y sur del Cesar, teniendo en cuenta que la construcción se ha incrementado en esta zona del país, lo cual debe ser aprovechado por la empresa para mostrar más sus productos. Un 33% opina que la imagen y el reconocimiento que tiene la empresa en el medio, también debe ser una oportunidad aprovechable para crecer. El 17% restante dice que la demanda e importancia

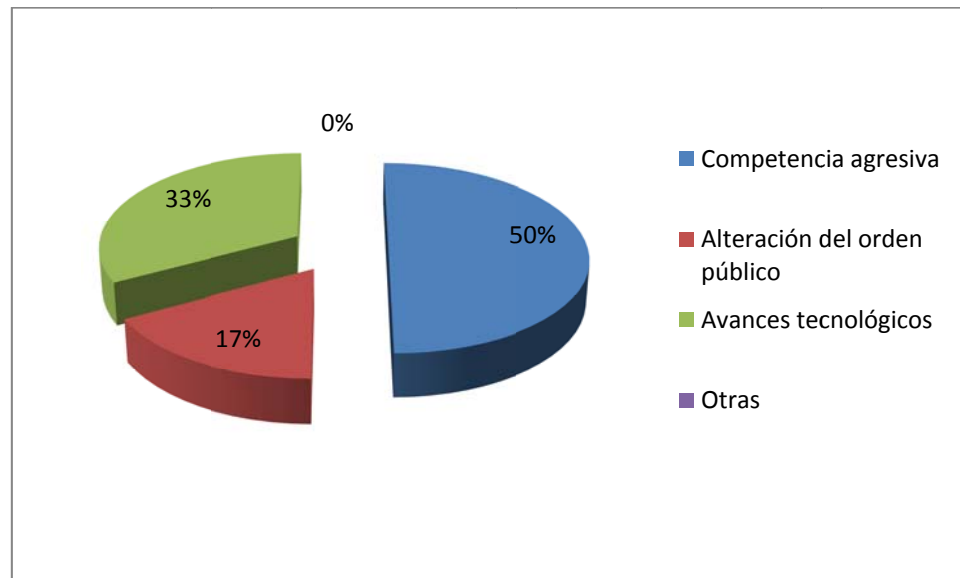
de los productos y servicios para la comunidad en general, por ser productos necesarios en toda clase de construcción o remodelación de inmuebles.

Tabla 13. Amenazas de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Competencia agresiva	3	50
Alteración del orden público	1	17
Avances tecnológicos	2	33
Otras	0	0
Total	6	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 13. Amenazas de la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

Para esta clase de empresas, como para todas, la competencia agresiva o desleal se ha apropiado del sector comercial, por tanto, el 50% opina que ésta es una gran amenaza para Hora Ltda. Un 33% comenta que los avances tecnológicos también hacen que las empresa productoras como ésta, decaigan en cierta manera, ya que se ven construcciones en materiales diversos que puedan reemplazar el producto que allí se fabrica. Un 17% dice que la alteración del público también es amenazante en la zona, dado que personas de poblaciones aledañas en muchas ocasiones no pueden desplazarse por el miedo que existe en las mismas.

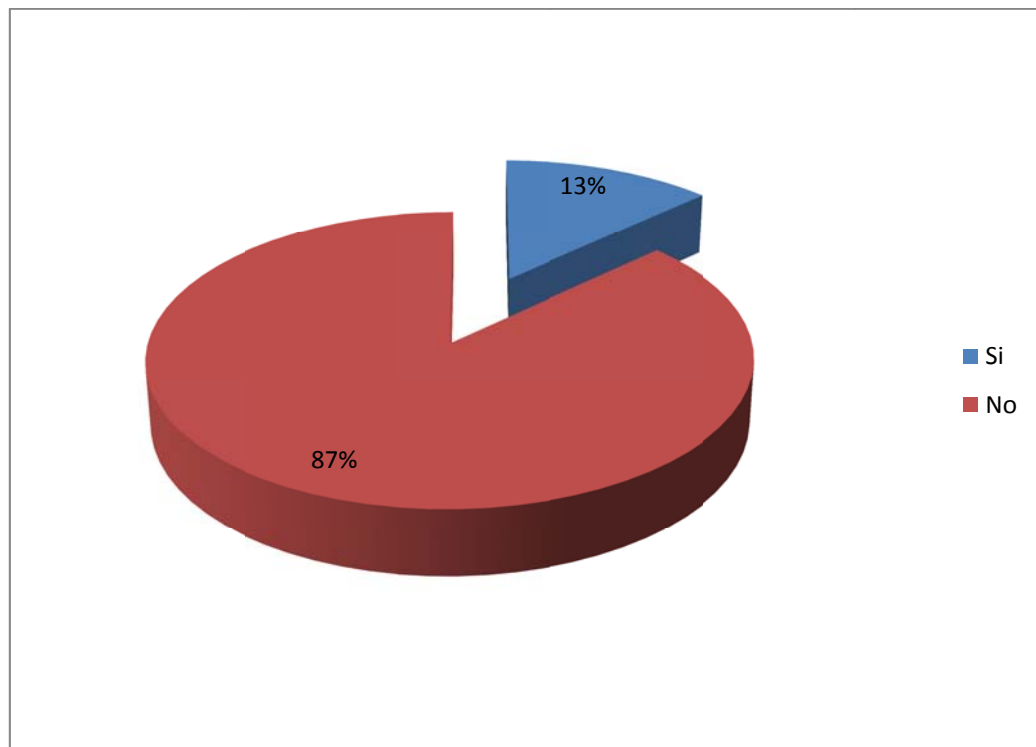
4.1.3 Análisis de la encuesta dirigida a los habitantes de la Vereda La Rinconada.

Tabla 14. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	13
No	69	87
Total	79	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 14. Nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Fuente: Autores del proyecto.

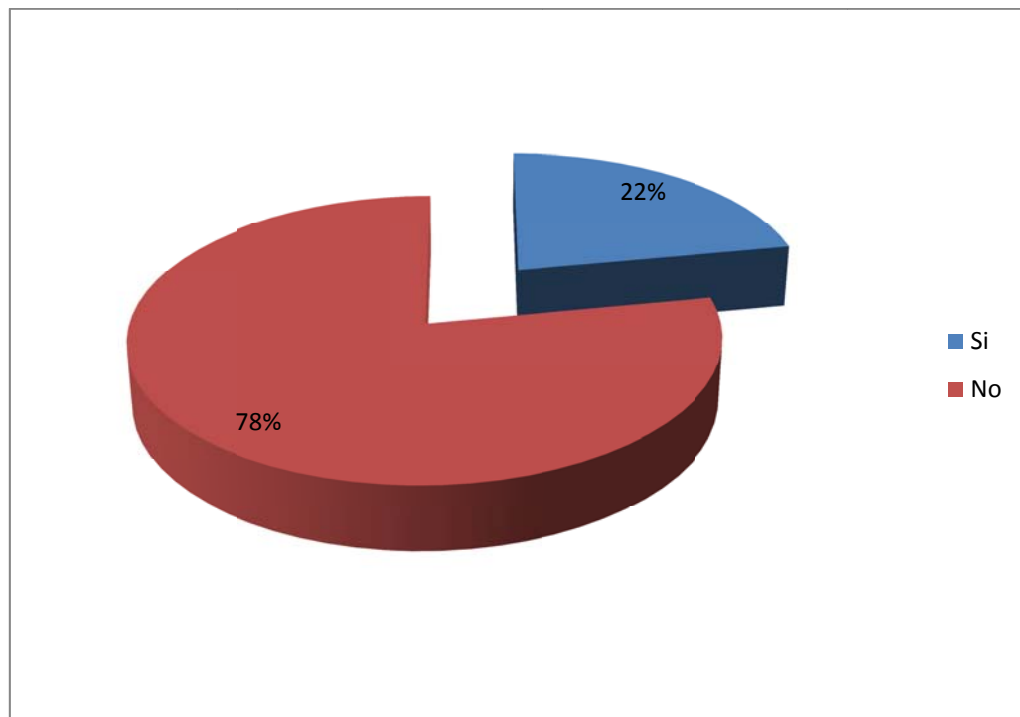
Es un poco desconocido para los habitantes de la Vereda La Rinconada el significado de Responsabilidad Social Empresarial, dice el 87% que han escuchado hablar de ello, pero en sí no conocen sus ventajas. El 13% restante si conoce acerca del mismo, opinando que es muy importante para su comunidad.

Tabla 15. Opinión del aporte a la contaminación del medio ambiente por parte de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	22
No	62	78
Total	79	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 15. Opinión del aporte a la contaminación del medio ambiente por parte de la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

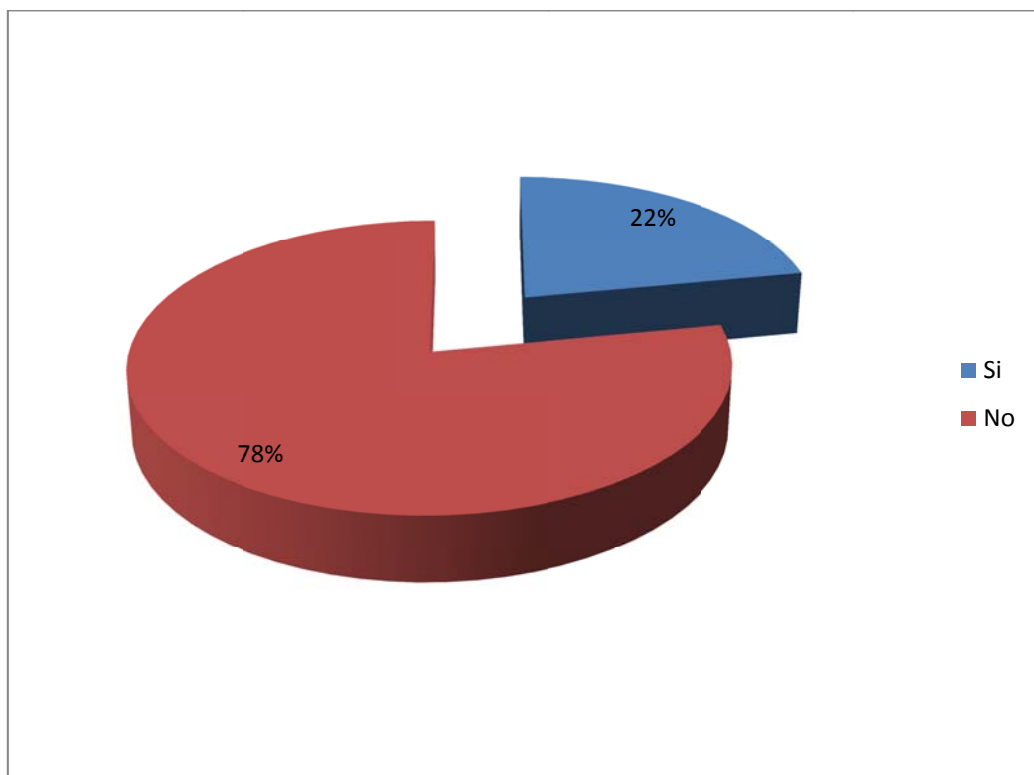
Para el 78% de las personas habitantes de la Vereda La Rinconada, no creen que la empresa aporte a la contaminación del medio ambiente, ya que su fábrica está bastante protegida evitando así que se contamine su alrededor. Un 22% dicen que si ha ocasionado contaminación, aclarando que esto fue tratado a tiempo.

Tabla 16. Inconvenientes con la empresa en cuanto a factores contaminantes.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	22
No	62	78
Total	79	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 16. Inconvenientes con la empresa en cuanto a factores contaminantes.



Fuente: Autores del proyecto.

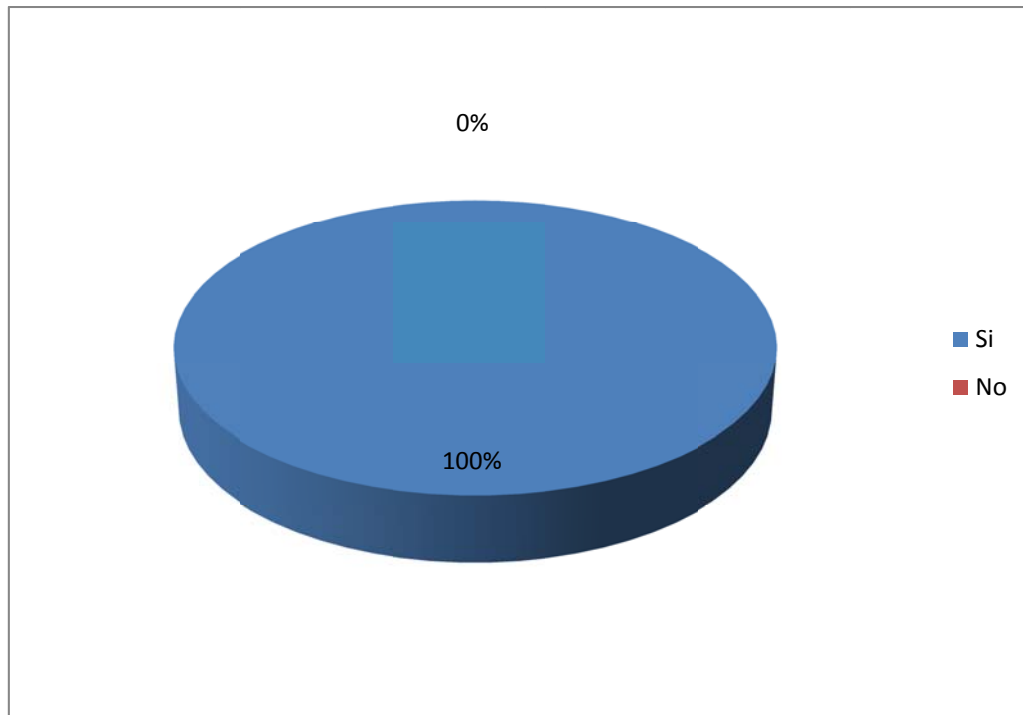
Relacionado con la tabla 15, las personas que opinan que si puede existir contaminación, fueron las que tuvieron inconvenientes con la empresa en cuanto a factores contaminantes, éstos aclararon que los mismos fueron solucionados y desde ese tiempo hasta la presente no se han vuelto a presentar esta serie de problemas con la empresa fabricante. El 78% restante dice no tener ninguna clase de inconvenientes con la institución.

Tabla 17. Aportes sociales y/o económicos recibidos en la comunidad por parte de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	100
No	0	0
Total	79	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 17. Aportes sociales y/o económicos recibidos en la comunidad por parte de la empresa.



Fuente: Autores del proyecto.

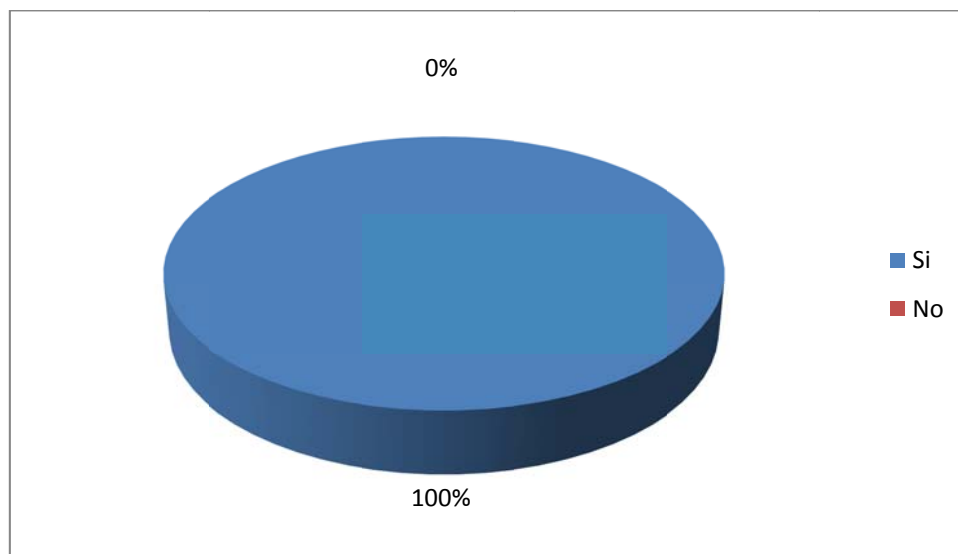
El total de los habitantes de la Vereda La Rinconada que fueron encuestados, opinan que si han recibido aportes sociales y/o económicos por parte de la empresa Hora Ltda., éstos en ocasiones donde han sido solicitados, o en otras ocasiones, cuando se trata de arborización, eventos culturales, sociales, carreteables. La institución siempre ha tenido las puertas abiertas para la comunidad, opinan las personas.

Tabla 18. Campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	100
No	0	0
Total	79	100

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfica 18. Campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia.



Fuente: Autores del proyecto.

La empresa si realiza campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia, como lo es la Vereda La Rinconada, haciendo que se tome conciencia evitando la contaminación y mostrando la importancia que tiene el medio para el diario vivir.

4.1.4 Diagnóstico situacional a través de la Matriz DOFA. Teniendo en cuenta los resultados arrojados en las tres encuestas aplicadas a los diferentes grupos de interés que conforman la empresa, desde la su parte administrativa y contable, seguido por sus empleados y la comunidad de la vereda donde se encuentra ubicada la empresa. En todos es notorio el interés que la empresa refleja por mantenerse dentro de la misma sin ocasionar problemas al medio ambiente, antes bien, buscando generar empleo con el fin de hacer benéfica su ubicación en el sector. Por esto, la empresa ha venido incentivando a la comunidad mediante campañas en pro del cuidado del medio ambiente, ha tratado de mejorar su tecnología con el fin de evitar inconvenientes con la comunidad en cuanto a contaminación de distintos tipos.

La empresa Hora Ltda., se vincula en eventos desde lo social y cultural, cuando la comunidad lo solicita. En otras ocasiones, busca la manera de invertir en obras sociales, en carretable, lo que ayuda a los habitantes del sector a un mejor estar dentro de la zona donde se encuentran. Luego de realizado este análisis, es conveniente realizarlo desde una matriz DOFA, con el fin de buscar estrategias que mejoren su entorno interno y externo.

Cuadro 1. Matriz DOFA.

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen y reconocimiento 2. Calidad de los productos 3. Atención al cliente. 4. Personal idóneo y calificado. 5. Ubicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de organización administrativa 2. Falta de publicidad y promoción 3. No existe un manual de procedimientos.
Oportunidades	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Potencial de mercado existente en Ocaña, la Provincia de Ocaña y sur del Cesar 2. Demanda e Importancia de los productos y servicios para la comunidad en general 	<p>Establecer programas de expansión del producto, resaltando la calidad de los mismos y al mismo tiempo aprovechar el potencial de mercado existente en la región. (O3+F1+O2)</p> <p>Aprovechar la atención que se le presta al cliente, para darles a conocer la calidad del producto, con el fin de incrementar la demanda que se tiene de productos y servicios en la región. (F2+F3+F1+O3)</p>	<p>Teniendo en cuenta el potencial de mercado y la demanda de los productos, se deberá ampliar las instalaciones, con el fin de mantener la imagen en la región. (O2+D1).</p> <p>Realizar publicidad y promoción en los diferentes medios de comunicación, con el fin de incrementar más la clientela, dando a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa, de esta manera se puede ampliar la cobertura contando con planes y una empresa estructurada y organizada en forma efectiva, manteniendo su imagen en el medio. (D2+O3)</p>
Amenazas	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia agresiva 2. Alteración del Orden Público 3. Avance tecnológico 	<p>Destacando la calidad de los productos ofrecidos por la empresa, contando además con una excelente ubicación, puede ayudar a competir, buscando de esta manera más ingresos para la empresa, buscando así la asequibilidad al producto. (F1+F4+A1)</p>	<p>Crear el área de mercadeo y ventas, con el fin de realizar publicidad y así llamar más clientela para que al incrementar la competencia, ésta no afecte la clientela propia. Además, se debe implementar un manual de procedimientos contables, que indique cómo realizar los diferentes procesos dentro del área contable en la empresa. (DA+A1+D3)</p>

Fuente: Autores del proyecto.

4.2 IMPACTO POSITIVO QUE GENERA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA HORA LIMITADA

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

Con el fin de estudiar el impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Hora Limitada, se analizará desde los grupos de interés que hacen parte de la misma, y la manera cómo ésta ha intervenido en ellos.

4.2.1 Responsabilidad social empresarial con los empleados. Con respecto a estas prácticas se encuentra:

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

Garantizan un ambiente seguro y saludable

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

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

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

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

Información transparente y periódica de los movimientos financieros

4.2.3 Responsabilidad social empresarial con los proveedores. Cumplimiento de los contratos establecidos.

Establecen plazos de pagos razonables.

Políticas de precios justos.

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

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

4.2.5 Responsabilidad social empresarial con el medio ambiente. Adoptan prácticas para reducir la generación de residuos.

Uso eficiente de los residuos sólidos y similares.

Toma de conciencia de los impactos ambientales

Reducción de los niveles de contaminación de la empresa

Se promueve la producción limpia

Se aminoran los impactos ambientales

4.3 PROPUESTA DE UN MODELO DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y FINANCIEROS

“Independiente del tamaño de la institución, hoy es prioritario contar con un instrumento que aglutine los procesos, las normas, las rutinas y formularios necesarios para el adecuado manejo de la institución. Se justifica la elaboración de manuales de procesos cuando el conjunto de actividades y tareas se toman complejas y se dificulta para los niveles directivos su adecuado registro, seguimiento y control.”²⁷

A continuación se presenta una propuesta de un modelo de procedimientos contables y financieros, procesos éstos que son llevados a cabo dentro de la empresa Hora Limitada.

Elaboración de informes

Proceso: Elaboración de informes detallados

Objetivo: Controlar los procesos contables y financieros

Alcance: Controlar el área contable y financiera.

Responsable: Representante legal y Revisor Fiscal






²⁷ MEJÍA GARCÍA, Braulio. Gerencia de procesos para la organización y el control interno de empresas. p. 61.

Documentos relacionados:
 Documentos elaborados por la auxiliar contable
 Registros contables y financieros

Condiciones:

Documentos que soportan el informe

Cuadro 2. Elaboración de informes detallados

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

Fuente. Autores del proyecto

Procedimiento para la información contable y financiera.

Proceso: Información contable y financiera

Objetivo: Obtener información del área contable y financiera.

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

Responsable: Auxiliar contable






Documentos relacionados:

Soportes contables
 Soportes de nomina
 Recibos de ingreso y egreso

Condiciones:

Todos los ingresos y egresos deben estar soportados y registrados

Cuadro 3. Procedimiento para la información contable y financiera

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

Fuente. Autores del proyecto

Cuadro 4. Procedimiento general del sistema contable

Nº Act	Actividades	●	➔	■	◐	▼
1	Registro en los soportes contables respectivos de la compra de materiales	●				
2	Registro en los libros contables de la compra de materiales	●				
3	Traslado de materiales a los diferentes departamentos para la producción	●				
4	Registro y control del uso de materiales en el proceso de producción	●				
5	Traslado de departamento de los productos terminados	●				
6	Determinar los costos mediante la hoja de costos y el estado de costos	●				
7	Estipular el precio de venta	●				
8	Registro en los soportes contables de las ventas	●				
9	Registro en los libros contables de las ventas	●				
10	Cierre de cuentas al final del periodo	●				
11	Traspaso de valores a los estados financieros	●				
12	Elaborar estado de resultados	●				
13	Elaborar balance general	●				
14	Evaluación del rendimiento financiero	●				

Fuente: Autores del proyecto

Preparación e interpretación de los estados financieros

Proceso: Preparación e interpretación de los estados financieros

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

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

Responsable: Auxiliar contable y Revisor Fiscal

Documentos relacionados:

Estados financieros

Balance general

Estado de resultados

Condiciones:






Los estados financieros deben ser elaborados cada mes.

Se debe hacer el respectivo análisis del balance de comprobación

Hacer correcciones a los balances de comprobación

Elaboración de los estados financieros

Cuadro 5. Procedimiento para la elaboración de los estados financieros

Nº Act.	Actividades					
1	Determinar el periodo de los estados financieros	•				
2	Recopilación de la información contable	•				
3	Clasificación de las cuentas	•			•	
4	Elaboración del estado de resultados	•				
5	Elaboración del balance general	•				
6	Verificar que hayan quedado bien y contengan la información correcta			•		
7	Entrega de los Estados Financieros	•				
8	Archivo					•

Fuente: Autores del proyecto

Proceso de la nomina

Proceso: Nomina

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

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






Responsable: Auxiliar contable

Condiciones:

La nómina se debe cancelar cada quince días.

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

Cuadro 6. Nomina

No.	Actividades					
1	Verificación de novedades					
2	Realización de la nomina en Excel					
3	Verificar valores devengados y deducciones					
4	Descuentos de préstamos					
5	Revisión de nomina					
6	Liquidación nomina					

Fuente. Autores del proyecto

Registro de ingresos

Proceso: Registro de ingresos

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

Alcance: Llevar un control de todos los ingresos.

Responsable: Auxiliar contable

Documentos relacionados:

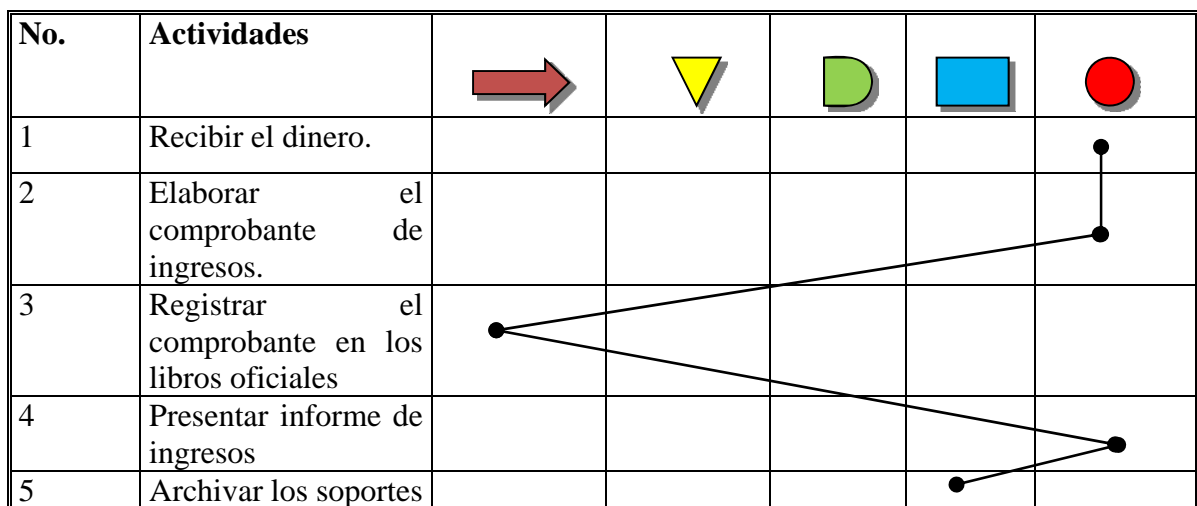
Soportes de ingresos.

Registro de los ingresos

Condiciones:

Presentación de soportes

Cuadro 7. Registro de ingresos



Fuente. Autores del proyecto

Conciliación bancaria

Proceso: Conciliación bancaria

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

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

Responsable: Auxiliar contable

Documentos relacionados:

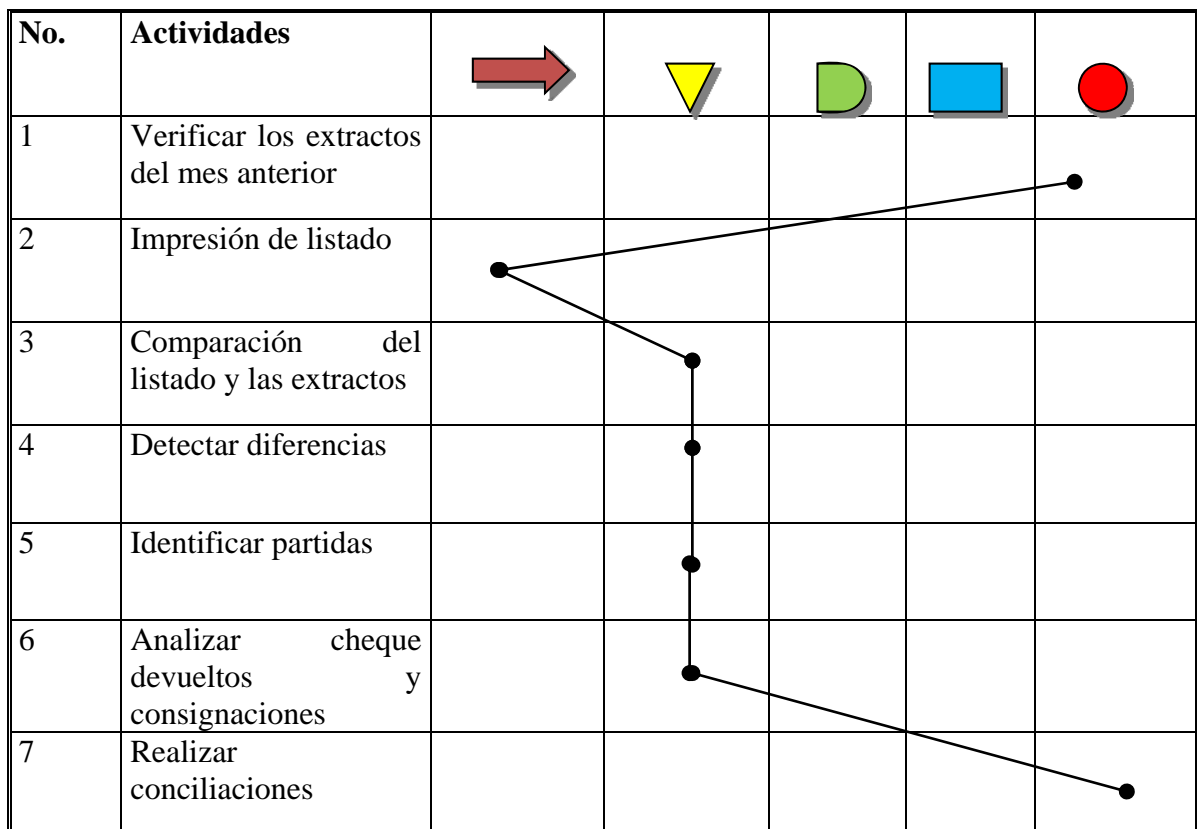
Conciliaciones

Notas debito
 Notas crédito
 Gastos bancarios
 Proceso

Condiciones:

No debe existir partidas conciliadoras con una antigüedad mayor a dos meses
 Todo debito debe estar efectuado por el banco
 Todas las conciliaciones deben ser confirmadas según la cuenta de la empresa
 Toda la salida de dinero debe estar verificado y firmado por la persona autorizada

Cuadro 8. Conciliación bancaria



Fuente. Autores del proyecto

Manejo de activos

Proceso: Manejo de activos

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

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

Responsable: Representante legal

Documentos relacionados:

Activos fijos

Bienes

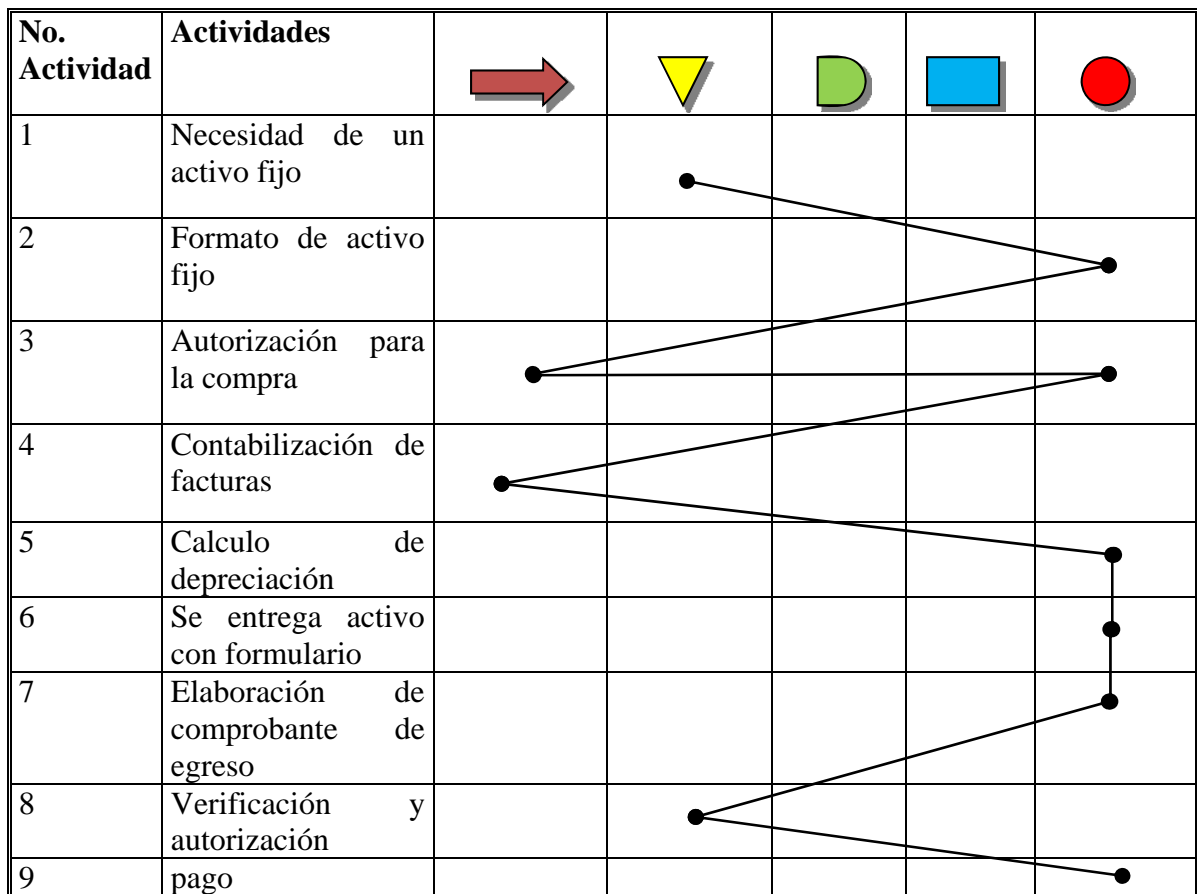
Depreciación

Condiciones:

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

Registro de activos fijos

Cuadro 9. Manejo de activos



Fuente. Autores del proyecto

4.4 PLAN DE ACCIÓN CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA, EN EL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA

Cuadro 10. Plan de acción.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	METAS	ACTIVIDADES	POLÍTICAS	INDICADOR
Dar a conocer a la comunidad en general, los beneficios de la responsabilidad social.	Sensibilizar a la comunidad, en temas solidarios	Lograr que la totalidad de la comunidad conozca los beneficios y oportunidades de la responsabilidad social	-Elaboración de folletos -Implementación de publicidad	Eficiencia y eficacia en las labores realizadas	Número de habitantes/ Número de folletos entregados.
Capacitar a los empleados de la empresa sobre responsabilidad social.	Aprovechar la disposición del personal para ser capacitado, y así fortalecer y adquirir nuevos conocimientos que ayuden a ser más eficientes e incrementar el desarrollo organizacional.	Lograr en corto tiempo la eficiencia y eficacia de todo el personal vinculado con la entidad.	-Prestación de servicio de calidad. -Hacer seguimiento y evaluar las labores.	Eficiencia y eficacia en la labor realizada a la comunidad	Número de representantes legales / número de capacitaciones
Consolidar la imagen corporativa y ampliar la cobertura comercial de Hora Ltda., en la provincia de Ocaña.	Dar a conocer la empresa a las diferentes constructoras de la ciudad de Ocaña, buscando identificar la demanda potencial del producto y dejar abiertas posibles convenios.	Logro de cinco (5) convenios o contratos con las empresas constructoras de la ciudad.	Divulgación de la imagen corporativa de Hora Ltda., con masiva aceptación del producto.	Eficiencia y eficacia en la labor realizada a la comunidad.	Número de nuevos usuarios potenciales del servicio/ Número de visitas realizadas.
Minimizar el impacto ambiental	Identificar y evaluar los principales impactos ambientales de la actividad. Establecer objetivos de mejora para reducir los impactos ambientales de la actividad.	Reducir en el menor tiempo la contaminación ambiental producida.	Campañas ambientales. Capacitaciones.	Eficiencia y eficacia en las labores realizadas	Número de habitantes/ Número de folletos entregados.

Fuente: Autores del proyecto.

5. CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación realizada acerca de la responsabilidad social en la empresa Hora Limitada, de la ciudad de Ocaña, se obtuvieron resultados satisfactorios en cuanto al desarrollo total de los objetivos planteados, teniendo en cuenta que se realizó un diagnóstico situacional de la empresa Hora Limitada, mediante la matriz DOFA, con el fin de conocer su responsabilidad social, para lo cual se diseñaron unas estrategias que contribuirán a la mejora tanto interna como externa de la empresa.

Para la determinación del impacto positivo que genera la responsabilidad social empresarial en la empresa Hora Limitada, contribuyendo a la sostenibilidad de la misma, se basó en los grupos de interés con los que la entidad interrelaciona, obteniéndose que se tiene en cuenta cada factor en sus stakeholders, con el fin de crear un buen ambiente en cada uno de ellos, generando seguridad a la hora de asumir la responsabilidad que la empresa tiene sobre ellos.

Se diseñó un modelo de procedimientos contables y financieros, con el fin de que se empiecen a aplicar y así mejorar la rentabilidad de la empresa. Esto se realizó, teniendo en cuenta los procesos que se llevan a cabo en el área contable y financiera de la empresa.

Para la elaboración del plan de acción, se tuvieron en cuenta los aspectos más sobresalientes, como fue el de conocer más a fondo en qué consiste la responsabilidad social empresarial, para lo cual se propuso como estrategias para el buen funcionamiento de la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, el capacitar tanto a empleados como a quien los dirige. Además, se debe proponer la empresa ante otras entidades, con el fin de darla a conocer, generando además más rentabilidad en la misma.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa realizar continuamente un diagnóstico de la responsabilidad social empresarial, con el fin de lograr corregir las falencias presentadas dentro y fuera de la empresa, a la vez de aprovechar y mejorar las oportunidades y fortalezas con las que se cuenta.

Continuar generando impacto positivo, participando en las actividades que el medio provea, además de la generación de empleos y mejora de la calidad de vida de la comunidad en general, buscando un adecuado impacto social.

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

Proponer de manera continua estrategias como las presentadas en el plan de acción, con el fin de mejorar la situación de la responsabilidad social en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA) Documento N° 1: Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, 2005. p. 29.

CAJIGA CALDERÓN, Juan Felipe. El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi, 2007. p.7.

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

CODIGO DE COMERCIO (Decreto 410 de 1971). Bogotá: Momo, 2008. p 11.

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

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

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

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

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

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

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

ARTÍCULOS CCRE. ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?. [online]., 2009 [cited 15 noviembre 2009]. [Bogotá, Colombia]. Available from internet:<URL: http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf>

FUNDACIÓN CORDÓN DEL PLATA. Manual de primeros pasos en RSE. (on line). [Buenos Aires]: Fundación Cordón del Plata, may., 2010 [citado el 23 de julio de 2013]. Disponible en: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

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

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

MINHACIENDA. Normativa. (online). Publicado el 20 de julio de 2008 (citado el 2 de Diciembre de 2012) Disponible en <http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/MinHacienda/haciendapublica/normativa/presupuesto/Constpolitcolombia/CONSTITUCIONPOLITICADECOLOMBIA.pdf> p.58

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. Norma SA-8000. (on line) Publicado en 2001 (citado el 6 de Diciembre de 2012). Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf> p.3.

SUPERINDUSTRIA. Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor. [Bogotá]: Superindustria, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: http://www.sic.gov.co/oldest/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2011/Ley_1480_Estatuto_Consumidor.pdf

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

ANEXOS

**Anexo A. Encuesta dirigida al representante legal y contador público de la empresa
Hora Ltda.**

Objetivo: Realizar un análisis de responsabilidad social para la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

CUESTIONARIO

1. ¿Conoce qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

SI ___ NO ___ Por qué? _____

2. ¿Qué proyecciones económicas tiene la empresa?

Oferta de nuevos servicios _____

Inversión de tecnología de punta _____

Otras _____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué retos sociales y económicos tiene la empresa?

Generación de fuentes de trabajo _____

Optimización de los productos ofrecidos _____

4. ¿Qué beneficios sociales y económicos ha otorgado a la comunidad en general?

Generación de fuentes de trabajo _____

Gestión comunitaria _____

Productos de calidad _____

Otras _____ ¿Cuáles? _____

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

SI _____ NO _____

6. ¿Invierte la empresa en responsabilidad social?

SI _____ NO _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

Anexo B. Encuesta dirigida a los empleados de la empresa Hora Ltda.

Objetivo: Realizar un análisis de responsabilidad social para la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

CUESTIONARIO

1 ¿Tiene nociones del significado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

SI___NO___ Por qué?_____

2. ¿Cómo se siente usted respecto a la oportunidad laboral en la empresa Hora Ltda?

Muy satisfecho___Satisfecho___Poco satisfecho___Insatisfecho_____

¿Porqué?_____

3. ¿La empresa le cancela los salarios y prestaciones sociales, con base en la ley?

Si___No___ ¿Por qué?_____

4. ¿Cuáles considera usted son las fortalezas que debe mantener la empresa Hora Ltda?

Calidad de los productos _____

Atención al cliente_____

Personal idóneo y Calificado _____

Otros___Cuáles?_____

Todas las anteriores_____

5. ¿Cuáles considera son las debilidades que debe mejorar la empresa Hora Ltda?

Instalaciones Físicas _____

Falta de publicidad y promoción_____

Otras_____ ¿Cuáles?_____

6. ¿Cuáles considera son las oportunidades con las que cuenta la empresa Hora Ltda?

Imagen y reconocimiento _____

Potencial de mercado existente en Ocaña, la provincia y sur del Cesar _____

Demanda e Importancia de los productos y servicios para la comunidad en general _____

Otras_____ ¿Cuáles?_____

7. ¿Cuáles considera son las amenazas de la empresa?

Competencia agresiva _____

Alteración del orden público _____

Avances tecnológicos _____

Otras _____ ¿Cuáles? _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo C. Encuesta dirigida a los habitantes de la Vereda La Rinconada

Objetivo: Realizar un análisis de responsabilidad social para la empresa Hora Limitada de la ciudad de Ocaña, en el área contable y financiera.

CUESTIONARIO

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

SI___NO___ Por qué?_____

2. ¿Cree usted que la empresa Hora Ltda., aporta a la contaminación del medio ambiente?

SI___NO___ Por qué?_____

3. ¿Ha tenido inconvenientes con la empresa Hora Ltda., en cuanto a factores contaminantes como ruido, desechos, entre otros?

SI___NO___ Por qué?_____

4. ¿La comunidad de la Vereda La Rinconada, ha recibido aportes sociales y/o económicos, por parte de la empresa Hora Ltda?

SI___NO___ Por qué?_____

5. ¿La empresa Hora Ltda ha realizado campañas para la conservación del medio ambiente en su área de influencia?

SI___NO___ Por qué?_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo D. Evidencias fotográficas



