

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y BENEFICIOS TRIBUTARIOS: EMPRESAS
MANUFACTURERAS ZONA FRANCA DEPARTAMENTO DEL CAUCA-COLOMBIA**

Torres Maria Eugenia¹

*Cajigas Romero Margot**

RESUMEN

Con el ánimo de establecer, si las empresas obtienen beneficios tributarios, gracias a la implementación de programas de responsabilidad social empresarial, se realiza la investigación, utilizando como estrategia metodológica el estudio de casos, aplicada a cinco empresas manufactureras de la zona franca del departamento del Cauca-Colombia, siendo necesario caracterizar las empresas e identificar los beneficios tributarios a los que podrían aplicar. Se encontró que las empresas utilizan los beneficios tributarios que el gobierno Colombiano brinda gracias a la implementación de programas de RSE. Para las organizaciones estudiadas la elaboración de una política de Responsabilidad Social con descripción del propósito, estrategias y directrices claras, se convierte en la hoja de ruta y una herramienta útil para la administración de los programas de RS.

Palabras claves: Responsabilidad social, beneficios tributarios.

ABSTRACT

With the aim of establishing if companies get tax benefits through implementing programs of corporate social responsibility, the research is done, using as methodological strategy the case study applied to five manufacturers of the free zone of Cauca-Colombia, being necessary to characterize companies and identifying tax benefits that may apply. It was found that companies use the tax benefits that the Colombian government provides through the implementation of corporate social responsibility programs. For the organizations studied the development of a Social Responsibility policy statement of purpose, clear strategies and guidelines, it becomes the road map and a useful tool for managing programs RS

Keywords: Social Responsibility, tax benefits.

¹* Universidad Autónoma de Occidente

PERSPECTIVA GENERAL EMPRESARIAL DE LA REGIÓN

El Departamento del Cauca, ubicado en el suroccidente de Colombia, es una región con riqueza y potencial económico. Su actividad está basada principalmente en la producción de productos agrícolas como la caña de azúcar, café, yuca, maíz, papa, frijol, tomate, mora, espárragos, y fique, entre muchos otros. En esta región habitan distintas etnias: mestizos y blancos, afrocolombianos y una proporción de indígenas, principalmente Paeces y Guambianos.

En el año de 1983, este departamento padeció las consecuencias de un devastador terremoto que destruyó la ciudad de Popayán. En junio de 1994, un sismo cuyo epicentro se ubicó en la región del Río Páez, desencadenó una avalancha que cobró vidas humanas y cuantiosas pérdidas económicas que en la actualidad el país aún intenta subsanar.

Una forma de contrarrestar los efectos ambientales, sociales y económicos generados por estas tragedias, el gobierno nacional aprobó un proyecto de ley para incentivar la inversión en la región por parte de los empresarios nacionales y extranjeros. La Ley Páez expedida en 1995, la cual otorgaba incentivos tributarios de carácter nacional para empresas constituidas dentro de los departamentos del Cauca, lo cual permitió dinamizar la actividad industrial, desencadenando transformaciones en los sistemas productivos y la economía de la región.

De acuerdo con la Cámara de Comercio del Cauca, a diciembre de 2005 se encontraban registradas 139 empresas en el Cauca como beneficiarias de la Ley Páez. Estas empresas presentaban mayor concentración en el sector manufacturero (98,3%), mientras que el 18,7% de ellas corresponden al sector agrícola², generando nuevos empleos, “estas 139 empresas generaban 4.873 puestos de trabajo directos, concentrándose la mayoría de los empleados en el sector manufacturero (68,3%) y en los municipios de Santander de Quilichao y Caloto”. Un dato importante es el hecho de que del 2005 al 2013, la cantidad de empresas ubicadas en la zona no ha tenido un aumento significativo, encontrando que para los años 2011, 2012 y 2013, la cantidad de empresas eran 152, 142 y 129 respetivamente³.

Con relación al producto interno bruto del Cauca⁴, en el año 2012, el Producto Interno Bruto (PIB) nacional ascendió y se ubicó en \$665.441 miles de millones, lo cual significó un crecimiento de 4,0% en relación al 2011. Respecto al PIB del departamento, este ascendió a \$9.865 miles de millones al compararlo con el 2011, representó un incremento de 7,6%.

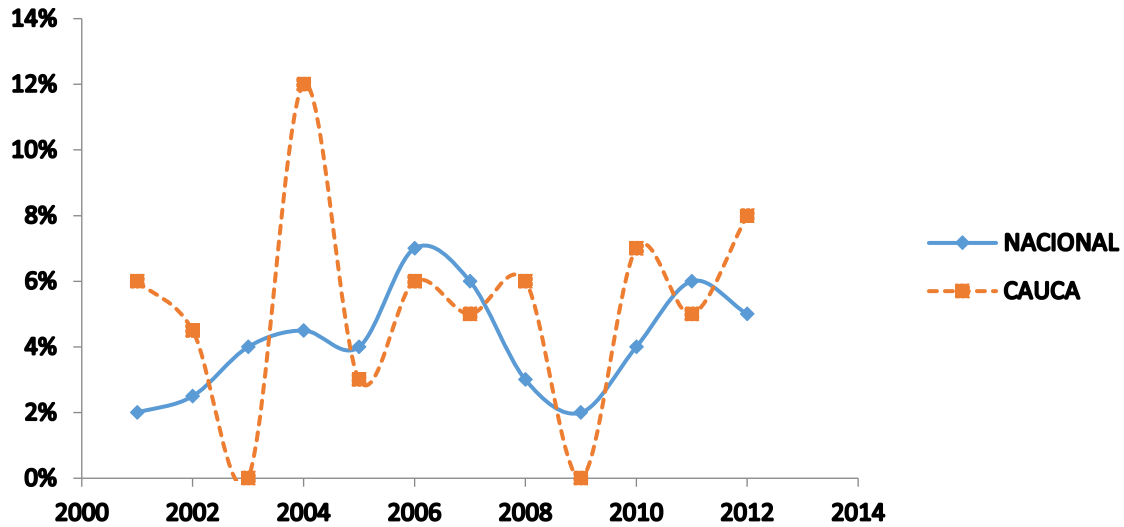
² Cámara de Comercio del Cauca.

³ Superintendencia de Sociedades.

⁴ Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Cauca 2013. (2014). Convenio Interadministrativo [No. 111 de abril de 2000]. Dane – Banco de la Republica

De igual forma, durante el periodo 2001 - 2012, el PIB del Cauca se caracterizó por registrar crecimientos mayores frente al PIB nacional. El primero fue mayor en 2001 y 2002, mientras en 2004 se registró el crecimiento más alto durante el periodo de análisis (11,6%). Lo siguieron, los años 2008, 2010 y 2012. En consecuencia, en promedio el PIB de Cauca creció 5,2% mientras el nacional lo hizo en 4,3%.

Figura 1. Nacional-Cauca crecimiento del PIB



Nota: las cifras correspondientes son provisionales
Fuente: DANE.

El dinamismo económico de la región principalmente se concentra principalmente en las actividades de: industrias manufactureras, comercio y construcción.

Tabla 1. Actividades económicas de la región del Cauca

CARACTERIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CAUCA						
	2011	%	2012	%	2013	%
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	14	9%	13	9%	8	6%
EXPLORACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	6	4%	5	4%	4	3%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	58	38%	58	41%	56	43%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0	0%	0	0%	0	0%
CONSTRUCCIÓN	22	14%	18	13%	17	13%
COMERCIO, REPARACIÓN, RESTAURANTES Y HOTELES	34	22%	31	22%	29	22%
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	2	1%	2	1%	1	1%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS	12	8%	12	8%	10	8%
ACTIVIDADES DE SERVICIO SOCIALES, COMUNALES Y PERSONALES	4	3%	3	2%	4	3%
TOTAL EMPRESAS	152	100%	142	100%	129	100%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la Superintendencia de Sociedades.

Si bien se han presentado avances en términos sociales y ambientales con la implementación de la Ley Páez, son pocas las organizaciones que actualmente se encuentran asentadas en esta zona y están desarrollando programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para fortalecer su rol activo dentro de la comunidad. Cabe mencionar que en Colombia existen beneficios tributarios que la ley otorga a las empresas que implementen programas de RSE, éstos como una contraprestación por la inversión de carácter social y un incentivo para que los empresarios no sean ajenos a la realidad del entorno donde se encuentran.

De acuerdo con expresado anteriormente, el presente proyecto efectuó una revisión a los programas de Responsabilidad Social en empresas ubicadas en la Zona Franca del Departamento del Cauca con el propósito de conocerlos y analizar el aprovechamiento que hacen de los beneficios tributarios que otorga la ley al desempeñar un rol más activo en la comunidad.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿De qué forma la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial beneficia tributariamente a empresas manufactureras de la Zona Franca del Departamento del Cauca?

¿Cuáles son las características de las cinco empresas manufactureras de la Zona Franca del Departamento del Cauca y de sus respectivos programas de Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuáles son los beneficios tributarios que reciben las empresas de la Zona Franca del Departamento del Cauca por la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial?

ALGUNOS FUNDAMENTOS TEORICOS

El tema de RS, es en general un tema nuevo en el contexto empresarial de la región, aunque en el mundo se ha venido trabajando en este tema desde hace aproximadamente treinta años, con importantes reconocimientos en el logro recompensas sociales en el entorno de las comunidades, identificando beneficiarios indirectos y potencializando su acceso a mayores niveles de bienestar, bienestar que se logra con una importante inversión de recursos privados en proyectos sociales en su área de influencia ello como una contribución ética, moral y social en el acto de reparar, y devolver en bienestar la contribución que la región con sus actores ha realizado para con estas empresas.

Para nuestro caso, las empresas se han preocupado por su utilidad financiera y tangencialmente realizan contribuciones en su entorno, con lo cual se puede contribuir al bienestar de una comunidad, todo ello permeado desde su gestión organizacional formalizando políticas clara en el ámbito de la responsabilidad social.

Teoría de la actuación social de la empresa. Para Rodríguez, J. (2007), esta teoría se enmarca en: 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.

Con dicha teoría, se podrá verificar la contribución de la gestión estratégica organizacional al desarrollo de la Responsabilidad Social frente a los impactos económico, social y ambiental; así mismo que el respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción, buscando 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 los procesos y asegurando los derechos de las futuras generaciones en un ambiente sano.

Existen otras teorías con enfoques relacionados con la responsabilidad social, para ello se utilizó lo determinado por Garriga & Melé (2004) quienes además indican los principales autores para cada enfoque. A continuación se presenta en una tabla los aspectos considerados como aporte al proceso de desarrollo de esta tesis.

Tabla 2 Teorías y enfoques de la responsabilidad social empresarial

Teoría	Enfoque	Autores
Instrumentales (enfocadas en lograr objetivos económicos a través de actividades sociales)	Maximización del valor del accionista	Friedman (1970), Jensen (2000)
	Estrategias para las ventajas competitivas	Porter y Kramer (2002) Hart (1995), Litz (1996) Parlad y Hammond (2002), Hart y Christensen (2002)
Teorías políticas (enfoque en el uso responsable del poder por parte de las empresas en la área política)	Constitucionalismo corporativo	Davis (1960, 1967)
	Teoría del contrato social integral	Donaldson y Dunfee (1994, 1999)
	Ciudadanía corporativa (empresarial)	Wood y Lodgson (2002), Andriof y McIntosh (2001) Matten y Crane (en prensa)
Teorías integrales (enfocadas a la integración de las demanda sociales)	Management de asuntos	Sethi (1975), Ackerman (1973), Jones (1980), Vogel (1986), Wartick y Mahon (1994)
	Management de Stakeholders	Mitchell et al. (1997), Agle y Mitchell(1999), Rowley (1997)
	Desempeño social corporativo	Carroll (1979), Wartick y Cochran (1985), Wood (1991b) Swanson (1995)
Teorías éticas (Enfocadas en hacer lo correcto para obtener una sociedad buena)	Teoría normativa de Stakeholders	Freeman (1984, 1994), Evan y Freeman (1988), Donaldson y Preston (1995), Freeman y Philips (2002), Philips (2003)

Desarrollo sostenible

Comisión Mundial de de
Desarrollo y Medio Ambiente
(Reporte de Brutland) (1987),
Gladwin y Kennelly (1995)

El bien común

Alford y Naughton (2002),
Melé (2002), Kaku (1997)

Fuente: Adaptado de GARRIGA, Elisabet; MELÉ, Domènec. (2004): "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory Pag. 51 – 71.

Aunque el concepto de Responsabilidad social es relativamente novedoso, según Melling y Jensen (2002), sus raíces se identifican en las diversas concepciones acerca de la gestión empresarial de las décadas del cincuenta y el sesenta que existen en los archivos de Estados Unidos. En ellos la responsabilidad social era considerada una obligación moral y una responsabilidad personal del empresario. Es así como Carroll (1999) hace un recorrido por las transformaciones que ha sufrido el término desde los años cincuenta. Carroll, a diferencia de Lozano y Soler (2000), plantea que el surgimiento del concepto se da a partir de la década del cincuenta. Crespo, F. (2010) realiza una discusión alrededor del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y presenta algunos estudios desarrollados en Latinoamérica, partiendo de conceptos utilizados a partir de los años cincuenta, y toma como referencia en primer lugar a Bowen (1953) quien marca el inicio de un nuevo periodo en la literatura empresarial al hacer un énfasis especial en el tema de responsabilidad social, y la define como el cumplimiento por parte de las organizaciones de los valores y objetivos sociales aplicados a sus actividades, y atribuye dicha responsabilidad a los hombres de negocios. En los años setenta empiezan a surgir nuevas definiciones sobre el concepto, dentro de las cuales se plantea que las empresas o negocios también son responsables de ayudar a la sociedad a cumplir sus metas básicas, en palabras de Friedman (1970) la responsabilidad social consiste en: "Conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas"

Para los años ochenta se empezó a considerar importante el hecho que las empresas, al momento de empezar a realizar este tipo de acciones, socialmente responsables, están realizando una inversión y no un gasto, Drucker (1984) plantea que las acciones de Responsabilidad Social son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica, en aspectos como la obtención de ganancias, la capacidad productiva, las competencias humanas. A partir de los años siguientes al 2000, aparecen nuevos conceptos en los que se aprecia el cuidado por el medio ambiente como un elemento fundamental en la RSE (Abreu & Badii, 2008; Comisión de las Comunidades Europeas, 2001; Martínez, Juanatey & Silva, 2010; Sabogal, 2008) planteando en sus trabajos la búsqueda del equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental.

Sabogal (2008) encuentra que los elementos comunes de los conceptos más significativos de la RSE, y da como resultado la siguiente propuesta: “La RSE corresponde con un camino estratégico que busca crear valor a las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo; son iniciativas de carácter voluntario y que por lo tanto deben superar los requerimientos legales y normativos; involucra una sostenibilidad que comprende tres elementos: el económico, el social y el ambiental; implica responsabilidad total para con todas las partes interesadas o stakeholders de la empresa”

*LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPORTANCIA.*⁵ La interacción con el entorno es vital para que las empresas sobrevivan en él, por eso deben involucrarse y contribuir del desarrollo del mismo. Una manera de hacerlo es a través del desarrollo de proyectos de Responsabilidad social, la cual se refiere entonces al cumplimiento de las obligaciones que las organizaciones empresariales tienen frente a unos principios que la sociedad ha establecido y sigue continuamente estableciendo como aspectos básicos de convivencia y desarrollo. La tabla siguiente muestra a manera de resumen alguno de los estudios desarrollados RS.

Tabla 3 Estudios sobre responsabilidad social empresarial

Titulo	Autor(es)	Año	Resumen
Los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y su relación con los descuentos tributarios recibidos, evaluados en diez empresas del sector salud de la ciudad de Cali	AGUIRRE VALENCIA, Jessica Edith. RINCÓN BOLIVAR, Martha Catalina	2012	El estudio hace una investigación descriptiva en hospitales, clínicas y una droguería de la ciudad de Cali. La recolección de datos se realizó a través de entrevistas, cuyos resultados fueron el insumo para realizar el diagnóstico de los procesos de las empresas. Este estudio expone la otra cara de la moneda, cuyo énfasis no solo es la importancia de la inversión económica, como única y mejor solución a los problemas que atraviesa el departamento, sino establecer otro tipo de prioridades para los verdaderos damnificados de la tragedia ocurrida el 6 de junio de 1994.
Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca	ARBELÁEZ ROJAS, Marcela.	1997	Este documento es el resumen de una investigación minuciosa que involucra La Ley Páez, el contexto económico anterior a la ley, los efectos económicos generados luego de la implantación de la misma, su impacto social en temas
10 años de la ley Páez, impacto económico	ALONSO J., LOTERO, A.	2006	

⁵ Yopez, G., Peña, W., Sánchez, L. (2007). Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas, pp 32.

como la generación de empleo, la repercusión fiscal y los efectos sobre el medio ambiente. Los resultados de esta investigación son de vital importancia para la fase de diagnóstico del presente estudio, la cual se describirá más adelante.

Proyecto de investigación:
región socialmente responsable
en el norte del Cauca 2010-2020.

BETANCOURT,
Benjamín. 2010

Este trabajo es desarrollado por los grupos de investigación Previsión y Pensamiento Estratégico –A y Humanismo y Gestión-A de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle, investigación patrocinada por Colciencias. El objetivo del documento será la presentación del proyecto de investigación, metodología y resultados

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la Superintendencia de Sociedades

METODOLOGIA

El proyecto de investigación se complementó con la metodología cualitativa a través de la estrategia de estudio de casos y de esta forma la recopilación de los datos permitió un detalle de profundidad sobre la realidad social (Creswell, 2006) sobre las acciones de responsabilidad social que realizan las empresas manufactureras de la zona franca del departamento del Cauca; a través de una descripción y análisis de las acciones empresariales que realizan (Yin (1989). Igualmente con la participación de los gerentes o responsables del área de Responsabilidad social se estableció la visión del ellos en el estudio (Hernández, 2010, Van Maanen, 2006). a través de entrevistas estructuradas. Al respecto, Shaw (1999:64) establece que “la investigación conducida dentro del paradigma cualitativo está caracterizada por el compromiso para la recolección de los datos desde el contexto en el cual el fenómeno social ocurre naturalmente y para generar una comprensión que está basada en las perspectivas del investigador”.

Como se ha señalado anteriormente, dicha técnica de investigación se aplicó en las empresas manufactureras de la zona franca del departamento del Cauca. Por lo tanto, la unidad de análisis son las cinco empresas manufactureras Imbera S.A., Forsa S.A., Pavco de Occidente S.A., Plásticos Team S.A.S. y Colinagro S.A. la unidad de observación fueron: gerentes de las empresas o en su defecto el representante del área o encargado de la Responsabilidad social. Entre los aspectos desarrollados están: *Recopilación de datos*: Utilizando diferentes fuentes, tales como entrevistas, observaciones, folletos, revistas y catálogos suministrados por representantes de las mismas, igualmente se consultó las respectivas páginas web de cada empresa. *Análisis de datos y Estrategias*: el correspondiente análisis de datos se realizó a través de las descripciones recolectadas y con los detalles de la temática abordada para cada empresa. Finalmente se presenta *El Informe escrito*.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las cinco empresas seleccionadas para la realización de este estudio se encuentran ubicadas en la Zona Franca del Departamento del Cauca, sus actividades económicas y niveles de desempeño son diferentes con excepción de dos de ellas que pertenecen al mismo sector industrial. De cada una de ellas se obtuvo información acerca de su estrategia organizacional, portafolio de productos y/o servicios, y procesos claves, adicionalmente, con la ayuda de una encuesta se recolectaron datos relevantes en relación con sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Caracterización de las Empresas objeto de estudio. Con el propósito de unificar la información suministrada, se organiza por sector, ubicación, fundación, objeto social, ventas y tamaño.

Tabla 4 Caracterización de las empresas

	IMBERA SERVICIO COLOMBIA S.A.S	FORSA S.A.	PAVCO DE OCCIDENTE S.A.S.	PLÁSTICOS TEAM S.A.S.	COLINAGR O S.A.
SECTOR	Mayoristas generales	Metalmecánica	Plásticos y Empaques	Plásticos y Empaques	Químicos y derivados
DIRECCIÓN	Carrera 127 No. 22D-08	Calle 4 No. 27-52	Zona franca permanente del Cauca vereda la Sofía Etapa 1	Zona franca permanente del Cauca vereda la Sofía Etapa 1	Lote 10 Etapa 3 Parque industrial y comercial del Cauca
OFICINA PRINCIPAL	Bogotá, Cundinamarca	Cali, Valle del Cauca	Caloto, Cauca	Puerto Tejada, Cauca	Puerto Tejada, Cauca
FECHA DE FUNDACIÓN	31/05/2011	13/12/1996	21/10/1997	31/07/2009	20/12/1997
OBJETO SOCIAL	Mantenimiento y reparación de equipos de refrigeración, comercio de equipos.	Diseño, fabricación, distribución y comercialización de todo tipo de sistemas constructivos para el sector de la construcción directamente desde la zona franca.	Elaboración de artículos de plástico.	Actuar como usuario industrial de bienes y servicios exclusivamente en y desde un territorio declarado como zona franca permanente. Entre sus actividades podrá realizar el montaje.	Fabricación de fertilizantes.
VENTAS 2013 MILLONES (COP)	\$30.712	\$112.926	\$77.143	\$630.578.437	\$9.840.990
TAMAÑO	Grande	Grande	Grande	Grande	Grande

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Instrumento y análisis de las acciones en responsabilidad social empresarial (RSE) realizadas en las empresas en estudio: inicialmente se presentan las preguntas que se aplicaron a las organizaciones, con las cuales se dio respuesta a los interrogantes de la investigación.

Tabla 5 Preguntas realizadas a las empresas en estudio

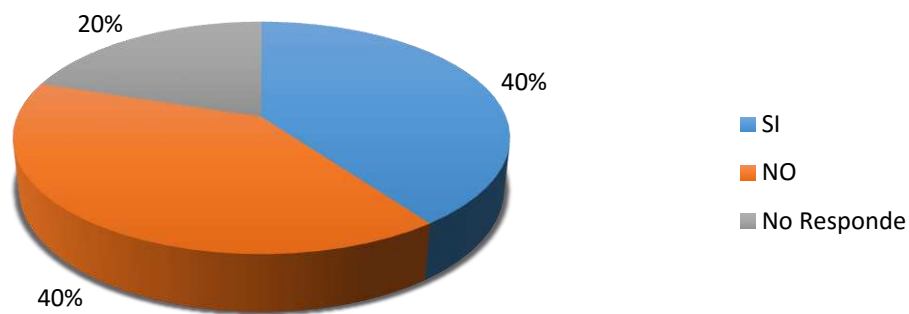
ID	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
1	¿La empresa realiza anualmente el Balance Social?	SI / NO / No responde
2	¿La empresa realiza anualmente el Informe de Sostenibilidad?	SI / NO / No responde
3	¿La empresa cuenta con políticas de responsabilidad social?	SI / NO / No responde
4	¿Los clientes tienen la percepción que la empresa se interesa por los problemas de la comunidad?	SI / NO / No responde
5	¿Quién toma la de trabajar el tema de RS en la organización?	Iniciativa de la gerencia / Decisión del Departamento de Recursos Humanos / Petición de la sociedad / Tácticas de mercadeo / Obtención de beneficios
7	Si la organización ha venido trabajando comprometida con la RS, indique ¿Desde cuándo?	Hace más de 10 años / Entre 5 y 10 años / Entre 1 y 5 años / Menos de 1 año
8	¿Existe en la organización un área específica que administra en forma exclusiva la RS?	SI, Indique el nombre asignado a esta organización / NO, ¿Qué área responde por estas actividades?
9	¿Cuáles normas, convenios y/o acuerdos internacionales se tomaron en cuenta al momento de la implementación de la RS?	Pacto Global / Guía ISO 26000 / Ley Paez / Guía GTC 180 / Ninguno / Otro ¿Cuál?
10	Las acciones de RS generan una imagen positiva de la empresa antes sus diferentes públicos, lo que conlleva a:	Obtener financiación por parte de entidades financieras / Lograr mayor inversión de accionistas / Incrementar las ventas
11	Considera usted que las actividades de RS que realiza una empresa le genera beneficios al fortalecimiento de:	Las relaciones con la comunidad / La imagen de la empresa / En la motivación de empleados / En la lealtad del consumidor / La reducción de costos
12	¿Cuáles acciones (programas, proyectos o actividades) de RS se adelantan en esta organización y a qué tipo de grupo de interés están dirigidas?	Trabajadores y demás colaboradores de la organización / Proveedores / Clientes / Comunidad y demás grupos sociales / Conformar alianzas con el Estado y otras entidades / Otro grupo de interés
13	Las actividades de RS son difundidas a:	Integrantes de la empresa / Personas externas (clientes, proveedores, etc.) / Comunidad aledaña a la empresa / Medios masivos de comunicación / Comunidad en general
14	Los medios más efectivos para la divulgación de las actividades de RS son:	Web de la organización / Cartelera / Boletín o periódico institucional / Reuniones con grupos primarios
15	La organización hace inversiones de RS por medio de:	Fundaciones propias / Fundaciones externas / ONG's / Otro ¿Cuál?
16	Del total de aportes destinados a la RS ¿Qué porcentaje la organización destina a cada una de las siguientes actividades?	Educación para empleados y familiares / Campañas de prevención / Donaciones en educación / Donaciones en salud / Aspectos ambientales / Soluciones en vivienda / Otro ¿Cuál?
17	Del total de utilidades operacionales ¿Cuánto aporta la organización a RS?	Entre 1.000.000 a 10.000.000 / Entre 11.000.000 a 50.000.000 / Entre 51.000.000 a 100.000.000 / Más de 100.000.000
18	Por los aportes hechos en RS ¿Qué descuentos han obtenido tributariamente en la renta?	
19	Por los aportes hechos en RS ¿Qué descuentos han obtenido en el pago de industria y comercio?	

Fuente. Elaboración propia

Posteriormente se presenta un breve análisis sobre las variables más relevantes, las cuales contribuyen a tomar decisiones sobre las empresas del sector del departamento del Cauca:

Balance social. El balance social es un documento que permite a las empresas evaluar el cumplimiento de las metas de responsabilidad social durante un periodo de tiempo específico. En este documento se consolidan los resultados favorables y desfavorables para la comunidad que se derivan de la intervención de la empresa. A la pregunta en relación si la empresa realiza anualmente el balance social, los resultados obtenidos son los siguientes:

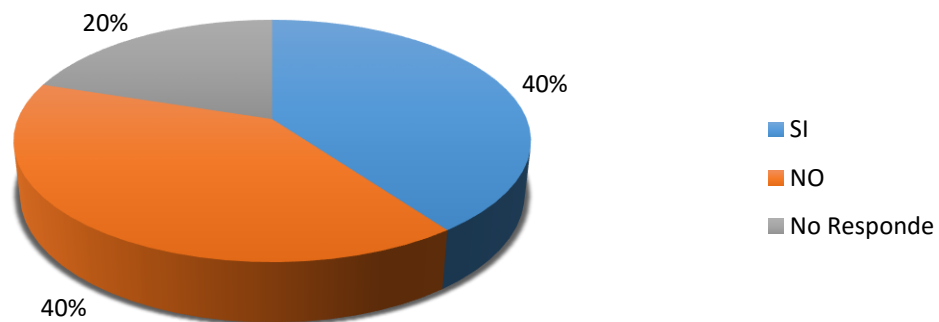
Figura 2. Realización del Balance social anual



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Informe de sostenibilidad. De acuerdo con la GRI (Global Reporting Initiative), un informe de sostenibilidad comprende “la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible”.

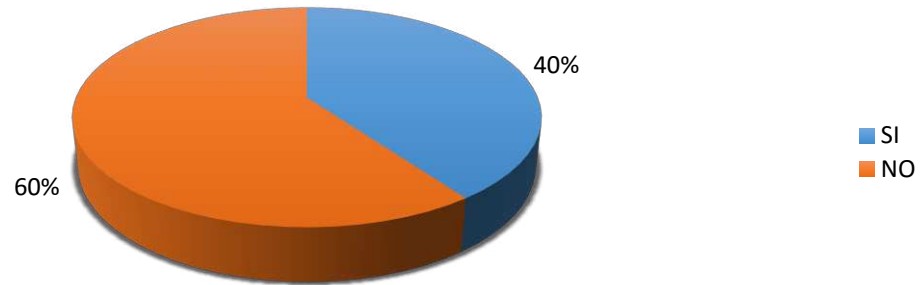
Figura 3. Realización de Informe de sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Políticas de Responsabilidad Social. Las políticas relacionadas con Responsabilidad Social son las que enmarcan el compromiso de la gerencia o alta dirección frente a la implementación de una gestión socialmente responsable, además son las directrices que permiten trazar la hoja de ruta del programa de Responsabilidad Social y las prácticas que en este sentido se desarrollen. A pesar de esto el 60% de las empresas no cuentan con políticas claras de responsabilidad social.

Figura 4. Política de Responsabilidad Social

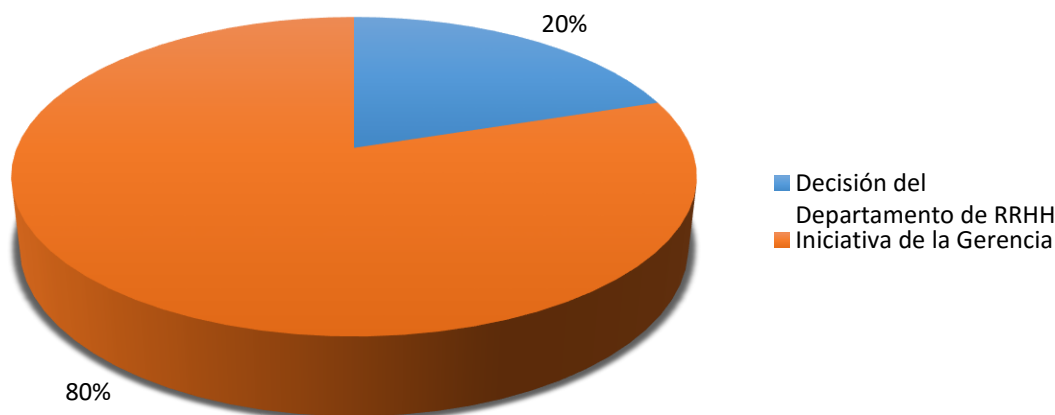


Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Percepción de los clientes acerca frente a la RSE. Es indudable que uno de las motivaciones que tienen las organizaciones para desarrollar programas de Responsabilidad Social, es la percepción positiva que pueden tener sus clientes al ver que éstas se interesan por hacer actividades con impacto social y de apoyo a la comunidad. Dicha situación genera mayor confianza de los clientes hacia el empresario lo cual puede desencadenar un incremento en las ventas.

Razones para trabajar el tema de RS en la empresa. Las empresas trabajan en temas de Responsabilidad Social principalmente, a iniciativa de la gerencia como expresa el 80 % de las empresas, solo el 20% manifestó que la motivación surgió por decisión del Departamento de Recursos Humanos, lo cual también es habitual ya que dicha dependencia evalúa las oportunidades de desarrollo de la organización no solo en relación con su capital humano, sino con el entorno.

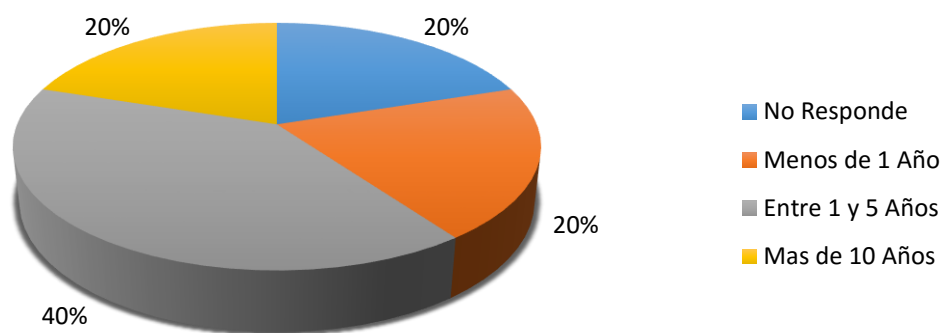
Figura 5. Iniciativa para trabajar en Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social. El tiempo de experiencia que tienen las empresas en la ejecución de programas de Responsabilidad Social es poco, solo el 20% expresa tener una trayectoria superior a 10 años administrando dichos programas, seguido de un 40% que tienen entre 1 y 5 años de experiencia, mientras que un 20% manifiesta que tiene menos de un año y el otro 20% no responde.

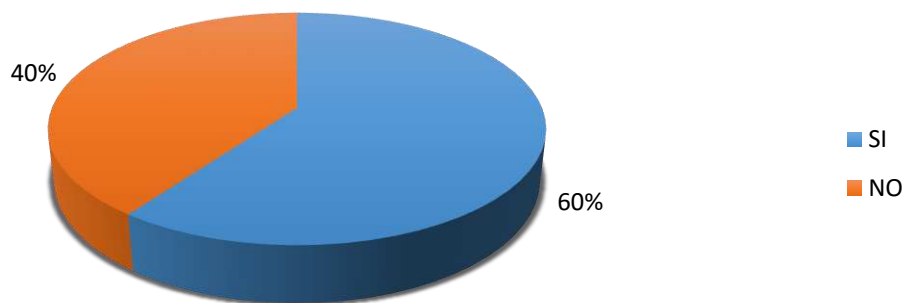
Figura 6. Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Área que administra la Responsabilidad Social. El 60% de las empresas expresan tener un área específica encargada de la administración del programa de Responsabilidad Social, mientras que el 40% indican no contar con un área destinada a tal tarea. De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, el área de Recursos Humanos y las Gerencias de Responsabilidad Social son las que usualmente manejan estos temas.

Figura 7. Existencia de área que maneja la Responsabilidad Social

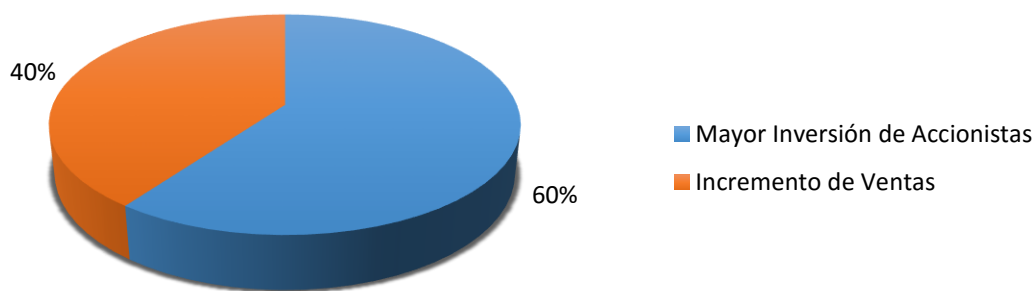


Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Normas, convenios y/o acuerdos internacionales. El 80% de las empresas estudiadas, sostuvieron que se ciñen a algún tipo de norma, convenio o acuerdo internacional, lo cual demuestra que toman un referente o estándar para enfocar el desarrollo de sus programas de Responsabilidad Social. El 40% de las empresas usan la normatividad internacional GRI (Global Reporting Initiative por sus siglas en inglés) como un estándar de referencia sobre sostenibilidad.

Efectos de las acciones en Responsabilidad Social. De acuerdo con los resultados el 40% de las empresas tienen claro que el efecto de sus inversiones en Responsabilidad Social se ve reflejado en el aumento de ventas de sus productos o servicios. Mientras que el 60% indica que los efectos se ven reflejados en una mayor inversión de accionistas.

Figura 8. Efectos de las acciones en Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Beneficios de la Responsabilidad Social. La relación con la comunidad es altamente valorada por las organizaciones estudiadas. Por su parte la imagen empresarial, motivación de empleados y la

lealtad del consumidor son considerados como beneficios medios. Mientras la reducción de costos es apreciada como un beneficio moderado.

Tabla 6 Beneficios de la Responsabilidad Social

BENEFICIOS	ALTO	MEDIO	MODERADO
Las relaciones con la comunidad	X		
La imagen de la empresa		X	
En la motivación de empleados		X	
En la lealtad del consumidor		X	
La reducción de costos			X

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Grupos de interés. El direccionamiento de las actividades de RS, se enfoca en un nivel alto en los trabajadores, comunidad y demás grupos sociales; mientras que los proveedores y conformar alianzas presentan un interés medio. Por su parte los clientes representan un interés moderado.

Tabla 7 Grupos de interés de los programas de Responsabilidad Social

GRUPO DE INTERES	ALTO	MEDIO	MODERADO
Trabajadores	X		
Proveedores		X	
Clientes			X
Comunidad y demás grupos sociales	X		
Conformar alianzas con el estado y otras entidades		X	

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas

Destinación de las inversiones en Responsabilidad Social: En un nivel alto las empresas convergen en destinar los recursos de RS en Fundaciones externas, medianamente Fundaciones propias y otros entes y moderadamente en otras ONG's.

Tabla 8. Destinación de las inversiones en Responsabilidad Social

INVERSION	ALTO	MEDIO	MODERADO
Fundaciones propias		X	
Fundaciones externas	X		
ONG's			X
Otro		X	

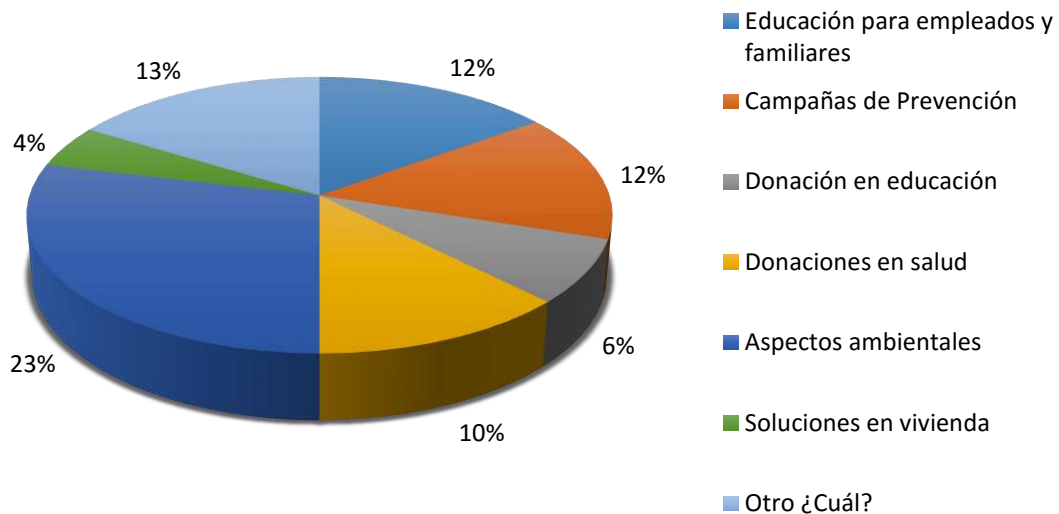
Fuente: Empresas participantes del estudio

Existen muchas organizaciones a nivel mundial que proveen apoyo para financiar iniciativas con impacto social. Sin embargo, para acceder a los mismos es necesario contar con trayectoria

reconocida, demostrar cumplimiento de metas en proyectos realizados y contar con respaldo institucional.

Destino de la inversión. Las empresas encuestadas utilizan los recursos para diversos fines, resaltando que el aporte hecho con fines interno representa el 61%, mientras que los aportes hechos a nivel externos representa el 39%, no obstante es de resaltar que un 23% de los aportes tienen como destino a los aspectos ambientales.

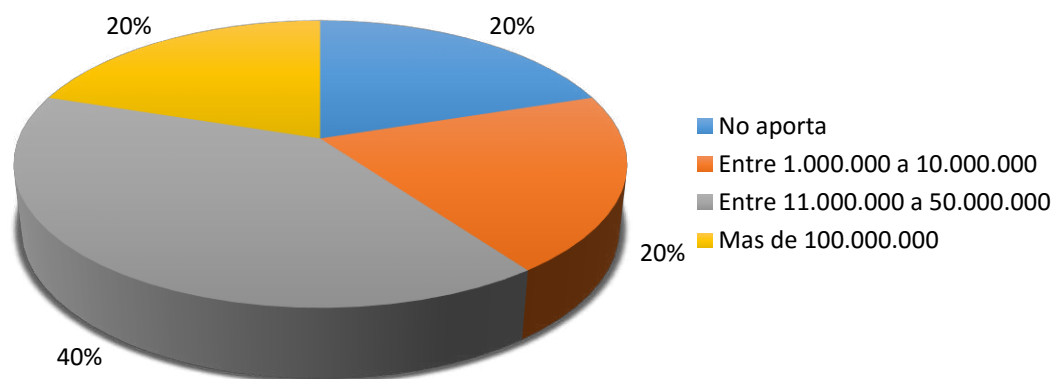
Figura 9. Destino de la inversión



Fuente: Empresas participantes del estudio

Aportes monetario en actividades de Responsabilidad Social. El 40% de las empresas manifiestan que realizan inversiones entre 11 y 50 millones de pesos anuales; un inferiores a 20% aporte entre 1 y 10 millones de pesos; otro 20% indican que aportan más de 100 millones y el 20% restante no hace ningún tipo de aporte.

Tabla 10. Proporción de las utilidades



Fuente: Empresas participantes del estudio

Descuentos tributarios. Ninguna de las empresas participantes del estudio manifestó haber recibido descuentos tributarios producto de la realización de actividades de Responsabilidad Social. Esta situación pone de manifiesto la falta de una planificación fiscal acorde con las actividades de la responsabilidad social.

Relación de variables

Los resultados analizados permiten llegar a establecer una relación consecuente para determinar estratégicamente una posición global sobre las empresas participantes en la investigación, destacándose las siguientes:

Las empresas que durante mayor tiempo de trabajo en programas de responsabilidad social, es mayor la inversión que ha realizado. Lo anterior se comprueba con los resultados emitidos por aquellas que tienen una antigüedad de diez años realizando programas o actividades en responsabilidad social, fácilmente se puede determinar que las inversiones están dadas en inversiones por más de 100 millones de pesos anuales. De igual manera las empresas que manifestaron tener menos de un año de realizar programas en responsabilidad social su inversión oscila entre uno a diez millones de pesos anuales.

Al relacionar la variable beneficios y grupos de interés se encuentra que solo se presenta una relación directa en los apéndices referidos a la comunidad y demás grupos sociales.

Por último se encontró que la *destinación de la inversión en responsabilidad social*, se concentra o se destina al grupo de interés interno.

CONCLUSIÓN

Dentro de las características principales de las empresas estudiadas se encuentra que todas, son empresas grandes, sociedades anónimas y pertenecen al sector industrial. Adicionalmente se evidencia que los programas de responsabilidad social están dirigidos a los grupos de interés interno, con una participación del 61%. Mientras las acciones a nivel externo representan el 39%, no obstante es de resaltar que un 23% de estos aportes tienen como destino aspectos ambientales, como consecuencia de una obligación legal. El desarrollo de esta investigación permitió establecer que las empresas estudiadas no utilizan los beneficios tributarios que el gobierno Colombiano brinda, a efectuar inversiones sociales, las cuales están relacionadas directamente con los programas de responsabilidad social. Podría pensarse, que esto se debe básicamente al hecho de estar ubicadas en una zona franca, ubicación especial, que conlleva a obtener beneficios fiscales preestablecidos y sustentados en leyes particulares a cada zona económica. Algunos de estos beneficios son: 15% Tarifa única de impuesto de renta (fuera de zona franca es del 25%). Artículo 240-1 del estatuto tributario (E.T.). 0% Impuesto a la equidad CREE (fuera de zona franca es del 9%). Artículo 20 de la ley 1607 de 2012. 0% IVA y aranceles en bienes extranjeros. Artículo 394 del estatuto tributario y artículo 395 del estatuto aduanero. 0% IVA en bienes nacionales. Artículo 394 del estatuto tributario y artículo 395 del estatuto aduanero. Además, el estatuto tributario colombiano establece beneficios para las empresas que desarrollen actividades destinadas a: reforestación, inclusión social de trabajadores discapacitados y donaciones de investigación y desarrollo tecnológico. Art 2.57, 361, 24 y 125 de Estatuto Tributario Colombiano.

Es importante destacar que para las organizaciones estudiadas en la investigación, el tener desarrollada una política de Responsabilidad Social, en la cual se establezca un propósito claro, con estrategias y directrices precisas; se convierte en una hoja de ruta y/o herramienta útil para la administración de los programas de responsabilidad social. Por esta razón, se recomienda trabajar en dichos aspectos como una manera de formalizar las acciones de responsabilidad social empresarial; pues ellas conllevan no solo a la inversión sino al desarrollo social de una región. Por lo tanto cualquier iniciativa en este sentido estará ligada estratégicamente a la gestión organizacional.

REFERENCIAS

- Abreu, J. y Badii, M. (2008). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *International Journal of Good Consciencie*, 2(1), 54-70.
- Aguirre, J. y Rincón, M. (2012). *Los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y su relación con los descuentos tributarios recibidos, evaluados en diez empresas del sector salud de la ciudad de Cali*. (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali, Valle del Cauca.
- Alonso, J. y Lotero, A. (2006). *10 años de la Ley Páez*. Recuperado de: https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro_ley_paez.pdf
- Arbeláez, M. (1997). *Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Santiago de Cali, Valle del Cauca.
- Betancourt, B. (2010). *Región socialmente responsable en el norte del Cauca 2010-2020*. Recuperado de: [http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20\(P\).pdf](http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20(P).pdf)
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, Harper & Row.
- Cámara de Comercio del Cauca (2015). <http://www.cccauca.org.co/>
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Comisión de la comunidades Europeas (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(20_01\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(20_01)366_es.pdf)
- Colinagro S.A. <http://colinagro.com/index.php/productos>
- Crespo, F. (2010). *Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a07.pdf>
- Creswell, J. (2006). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Dane (2015). <http://www.dane.gov.co/>
- Dane – Banco de la Republica. (2014). *Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Cauca 2013*. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/icer/2013/ICER_CAUCA_2013.pdf
- Drucker, P. (1984). The New Meaning or Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Forsa S.A. <http://www.forsa.com.co/>
- Friedman, M. (September 30, 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Disponible en: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

- Garriga, E., Mele, D. (2004): Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. 4ª Edición. México: MC GRAW HILL.
- Imbera S.A. <http://www.imberacolombia.com/soporte-tecnico/>
- Lozano, J. y Soler, I. (2000). La empresa en la sociedad: responsabilidades éticas. En A.M. Güell, y M. Vila (Eds.), *América Latina y España: un mundo compartido*. Barcelona: Bronze, (29-43).
- Martínez, V., Juanatey, O. y Silva, M. (2010). Percepciones del concepto de la responsabilidad social corporativa: un estudio exploratorio. *Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales (UNLZ)*, 3(13), 3-34
- Melling, C. y Jensen, S. (2002). From Charity to Necessity. An Introduction to the Concept of Corporate Social Responsibility. Department of Cross-Cultural Studies, Norway's Technical-Scientific Nature of the Witness University (NTNU), Trondheim.
- Pavco de Occidente S.A. <http://www.pavco.com.co/4/pavco-de-occidente/970/i/970>
- Plásticos Team S.A.S. <http://www.elempaque.com/guia-de-proveedores/empresas/Plasticos-Team-SAS+499596>
- Rodriguez, J. (2007). *Responsabilidad Social de la empresa. Una revisión crítica a las principales teorías*. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto de responsabilidad social empresarial. *Investigación y Reflexión, Universidad Militar Nueva Granada, XVI(1)*, 179-195.
- Shaw, E. (1999). A guide to the Qualitative Research Process: Evidence from a Small Firm Study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2(2), 59-70.
- Superintendencia de Sociedades (2015). *Asuntos económicos y contables*. Recuperado de: <http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Van Mannen, J. (2006). Ethnography then and now. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 1(1), 13-21.
- Yepez, G., Peña, W. y Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas, 32.
- Yin, R. (1989). *Case study research: design and methods*. Newbury Park, California: Sage.

Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

1903
