

# Beneficios tributarios por la adopción de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE)

## Tax benefits for the adoption of corporate social responsibility policies (CSR)

Leidy Paola Cruz Botache<sup>1</sup>  
Carlos Andrés Vélez Romero<sup>2</sup>  
Miryam Romero Restrepo<sup>3</sup>

<b>Resumen:</b>	El artículo es producto de la investigación “Beneficios Tributarios por la Adopción de Políticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Grandes y Medianas Empresas del Departamento del Quindío” y su objetivo fue diagnosticar a través de encuesta realizada a un grupo de medianos y grandes empresarios del Departamento del Quindío, el conocimiento y aplicación de los incentivos fiscales ofrecidos por el Estado colombiano por la adopción de políticas de R.S.E. La investigación es de tipo analítico-descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo. Los resultados obtenidos permitieron identificar que las empresas participantes tienen conocimiento sobre el concepto de RSE, aunque algunos no cuentan con dichas políticas por desconocimiento de sus beneficios o por considerarlas como gasto. Sin embargo, están dispuestos a realizar alianzas con otras organizaciones para desarrollar acciones frente a los lineamientos de la Responsabilidad Social.
<b>Palabras clave:</b>	Responsabilidad Social Empresarial; Incentivos; Estrategias; Beneficios; Empresas.
<b>Abstract:</b>	The article is the result of the research “Tax Benefits for the Adoption of Corporate Social Responsibility Policies in Large and Medium Enterprises of the Department of Quindío” and its objective was to diagnose through a survey of a group of medium and large entrepreneurs in the Department of Quindío, knowledge and application of the tax incentives offered by the Colombian State for the adoption of CSR policies. The work was carried out based on the case study methodology, descriptive, with a qualitative and quantitative approach. The results obtained allowed us to identify that the participating companies have knowledge about the concept of CSR, although some do not have such policies due to ignorance of their benefits or because they are considered as a sunk expense or cost. However, they are willing to make alliances with other organizations to develop actions against the Social Responsibility guidelines.
<b>Key words:</b>	Corporate Social Responsibility; Incentives; Strategies; Benefits; Companies.

<sup>1</sup> Magister en Administración y estudiante de doctorado en ciencias de la educación, docente Ocasional tiempo completo Universidad del Quindío, [lpacruz@uniquindio.edu.co](mailto:lpacruz@uniquindio.edu.co)

<sup>2</sup> Especialista en derecho laboral y seguridad social y Magister en Derecho, docente catedrático Universidad del Quindío

<sup>3</sup> Especialista en control fiscal para entidades públicas y en derecho comercial, docente de Planta Universidad del Quindío

## 1. Introducción

Se ha venido identificando las prácticas de responsabilidad social empresarial (R.S.E) con el compromiso voluntario de los miembros de la organización de integrar en la gestión de sus operaciones, aspectos sociales como medio ambientales. La voluntariedad es el resultado de una profunda concientización por el impacto directo o indirecto que producen las empresas en el desarrollo de todos sus procesos sobre los grupos de interés (stakeholders). Se ha caracterizado por el comportamiento libre e independiente que tiene la organización y sus dirigentes para emprender acciones de manera responsable y al margen de presiones legales o sociales.

La RSE va más allá. Es una continua relación con la sociedad a todos los niveles. Es un proceso que involucra a todos sus *stakeholders* y debe formar parte de la planeación estratégica de las empresas que la desarrollan. Aquellas que no lo hagan la misma sociedad se encargará de pasar cuenta de cobro, seguramente con nefastas consecuencias para su supervivencia. (Sarmiento, 2011). Precisamente Solano (2005), expone que la sostenibilidad de los negocios está directamente relacionada con un buen manejo del entorno, lo reafirma el hecho de que los mercados de capitales en el mundo premian o castigan, según corresponda, el manejo del medio en el que se desarrolla la empresa.

Las empresas como agentes económicos van adquiriendo mayor importancia en la vida del país y están llamadas a desempeñar un papel protagónico en el desarrollo de la responsabilidad social. Por consiguiente, la RSE ha pasado a ser una exigencia de la sociedad y de la economía global; una estrategia para la creación de valor, una oportunidad para ingresar comercialmente a países desarrollados, una variable competitiva de reconocimiento mundial y un medio para contribuir al desarrollo sostenible mediante la inclusión de aspectos económicos, sociales y medio ambientales en el desarrollo de las actividades de la organización. “Así mismo las empresas, ante el reto de estas exigencias, buscan generar beneficios que trasciendan en el conjunto organizacional y en los grupos interesados, ya que el objetivo fundamental de las empresas consiste en generar la mayor utilidad en todas las dimensiones, estimulando el crecimiento interno y externo de la organización” (Ospina Rivera & Sotelo Bula, 2013).

Según encuestas realizadas por la Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI, 2017) y la Superintendencia de Sociedades (2014), sobre buenas prácticas empresariales, evidenciaron como principales barreras para su desarrollo, las relacionadas con problemas de costos, y dificultades asociadas con la verdadera comprensión o desconocimiento del tema. Lo cierto es que, en un mundo globalizado y competitivo, la ausencia de políticas socialmente responsables podría llegar a constituirse en nuevas barreras comerciales para la empresa.

En Colombia existen importantes incentivos fiscales que buscan motivar y concientizar al sector empresarial a desarrollar actividades que beneficien a la sociedad. Por ello, el objetivo del trabajo fue diagnosticar a través de encuesta realizada a los medianos y grandes empresarios del Departamento del Quindío, *el impacto de los beneficios fiscales* ofrecidos por el Estado colombiano por la adopción de políticas de R.S.E, y al mismo tiempo conocer si las actividades pertenecientes a programas de responsabilidad social empresarial implicaba “altos desembolsos y altos costos” para el empresario o, ahorros fiscales bajo los lineamientos de la normatividad tributaria vigente. Así mismo, estudios previos sobre el tema permitieron evidenciar que “las empresas utilizan los

beneficios tributarios que el gobierno colombiano brinda gracias a la implementación de programas de R.S.E” (Torres & Cajigas, 2015).

## **2. Materiales y métodos**

La metodología utilizada es de tipo descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo. Los datos cualitativos se tienen en cuenta en el momento de determinar qué estrategias o políticas de R.S.E realiza la empresa para obtener beneficios tributarios. Al respecto, Shaw (1999) 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”. En cuanto a los datos cuantitativos se realiza el análisis de los beneficios establecidos en la normatividad vigente para determinar los cálculos aritméticos correspondientes a la obtención del ahorro tributario. El objetivo es identificar las relaciones que existen entre los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y el impacto de los beneficios obtenidos por la realización de estas actividades.

Ciento ochenta (180) fueron las medianas y grandes empresas elegidas, pertenecientes a distintos sectores (Construcción, Servicios, Industrial, Agropecuario, Comercio, Transporte, Comunicaciones y Financiero), de las cuales, sólo fue posible aplicar el instrumento a 51 empresarios del Departamento del Quindío. Cada empresa seleccionada fue abordada como estudio de caso, realizándose un análisis cualitativo de las opiniones y percepciones entregados por los representantes sobre las acciones, beneficios tributarios u obstáculos en el ejercicio de la R.S.E en la compañía.

La recolección de la información se realizó a través del instrumento encuesta realizada al representante, ejecutivo o directivo de cada empresa o al profesional Contador Público. Los ítems consignados en el instrumento y que abordan el tema de R.S.E según los objetivos de la investigación, es decir, el impacto de los beneficios tributarios por el desarrollo de programas, planes y/o proyectos en materia de responsabilidad social, son los siguientes: conocimiento de la R.S.E; políticas o estrategias por acciones socialmente responsables; beneficios obtenidos; obstáculos que enfrenta para implementar un plan de R.S.E; motivación para aplicar políticas de R.S.E; monto económico de la inversión anual en R.S.E; si las políticas de R.S.E representa un gasto o una inversión; conocimiento sobre los beneficios fiscales por la adopción de políticas socialmente responsables; si la empresa se acoge a los incentivos tributarios y si estos incrementan la productividad y generan mayores oportunidades para el Departamento del Quindío y el país.

## **3. Resultados**

La responsabilidad social empresarial ha tomado mayor importancia en las últimas décadas, ha pasado a ser una exigencia de la sociedad y de la economía global y una oportunidad para ingresar comercialmente a países desarrollados.

Dahlsrud (2008), define la responsabilidad social empresarial como un conjunto de políticas que las empresas deciden adoptar libre y voluntariamente con la finalidad de contribuir de forma adecuada a la sociedad, contribuye con la conservación del medio ambiente y mantiene relaciones beneficiosas con determinados grupos de interés. Así también, Torassa (2010) menciona que la responsabilidad social no es una carga o un coste hundido para una empresa, sino que es un

verdadero factor esencial de supervivencia: aquellas firmas que descuidan este aspecto, corren serios riesgos de perder su legitimidad social y, por tanto, el papel económico que detentan.

Además, la responsabilidad social empresarial debe entenderse como parte de un proceso de transformación evolutivo que el mundo empresarial ha tenido que llevar a cabo para pasar de sociedad industrial antigua, a una más actual, globalizada y responsable, consciente y comprometida con la conservación del medio ambiente y de la sociedad en su conjunto (Vélez, 2010).

Por lo tanto, la RSE se refiere a las acciones de las empresas que van más allá de sus obligaciones jurídicas hacia la sociedad y el medio ambiente (Comisión al Parlamento Europeo, 2011) e implica prácticas responsables y continuas, no temporales y coyunturales. “Dichas prácticas deben tener criterios sustentables y éticos, no basta lo medioambiental, también requiere de acciones sociales, laborales, culturales, contractuales y legales. Por consiguiente, “la RSE es una obligación que tiene una empresa con la sociedad, no con ella misma, que promueva mayor bienestar social y mejor calidad de vida” (Sarmiento, 2011).

Como se ve, una empresa socialmente responsable mira más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas y de los aspectos económicos o productivos; se relaciona con los grupos de interés (inversionistas, clientela, competencia, proveedores, trabajadores, comunidades y el Estado); toma conciencia que sus actividades no afecten el medio ambiente y a las comunidades en las que realiza sus operaciones, de tal forma que “–crecimiento, cohesión social y preservación ambiental– sean adecuadamente integrados” (Correa, 2005).

En este sentido ha dicho la Corte Constitucional que:

*“La R.S.E ha emergido como una forma de autorregulación orientada a que las empresas trasciendan el simple cumplimiento de las normas y se comprometan en acciones dirigidas a promover algún beneficio social, más allá de los intereses de la empresa y superando el estándar de aquello requerido por la ley” (Sentencia T-781 de 2014).*

La importancia y el interés por la R.S.E inicia desde finales del siglo XIX principios del siglo XX. En la primera mitad del siglo XX las empresas de manera voluntaria desarrollan un criterio más social para el bienestar común y el entorno que las rodean (Correa, 2007). Los finales del siglo XX se caracteriza por una interrelación más estrecha entre Estado y empresa, que crece con políticas más reguladoras, en cuanto a la acción empresarial, lo que permite que se unan organizaciones y grupos de interés, que estimulan a un compromiso serio y coherente, y de largo plazo ante las necesidades que se venían identificando en la sociedad (Correa J. G., 2007). La voluntariedad de la RSE, tiende a entenderse como un asunto de decisiones libres sin sanción de organismos estatales, lo cual no significa que el cumplimiento de los deberes emanados de otras normas como tratados o convenios de carácter internacional debidamente ratificados, de los postulados de la norma fundamental o de las leyes y demás reglamentaciones, esté en contra vía de lo que es la voluntariedad de la RSE (Acevedo, 2013). Es así, como en los conceptos más significativos de R.S.E se aprecia elementos comunes como el compromiso voluntario de las empresas en gestionar su actividad productiva de forma responsable y sostenible en lo económico, social y ambiental, ante la sociedad y los grupos de interés. Aunque hay muchos aspectos de la R.S.E que ya son obligatorios, como en el caso del trabajo infantil, en temas laborales, en aspectos medioambientales

o en el caso de los derechos humanos, la R.S.E es el resultado de una profunda concientización del empresario por el impacto directo o indirecto que produce en el desarrollo de todos sus procesos sobre los grupos de interés (stakeholders). Implica emprender acciones de manera responsable al margen de presiones legales o sociales. No se debe imponer, “no puede existir por obligación, sino que debe ser elegida voluntariamente, desde la dirección de la empresa y desde el conjunto de los involucrados en la empresa” (Kliksberg, 2004).

Todo esto significa que la R.S.E se debe integrar en su estrategia de negocios y en los procesos productivos, debe formar parte de la política empresarial para que en el mediano y largo plazo tenga la posibilidad de obtener una serie de estímulos, beneficios y ventajas fiscales o de mercado como: posición y diferencia de la empresa y del producto en relación con la competencia, incursión en mercados nacionales e internacionales, facilidad para el acceso a financiamiento, ventajas fiscales o de mercado, atracción de inversionistas, generación de confianza en sus grupos de interés, oportunidad de nuevos negocios, habilidad de mantener y atraer empleados, reducción de riesgos, de costos operativos, destacada en los medios de comunicación y reconocimiento público por la licencia social. Ante esto, Rochlin (2005) citado por Barroso (Barroso, 2008) sugiere que,

*“se debe construir una estrategia de negocios que busque una alineación entre el desempeño social, medioambiental y económico de una empresa con su valor de largo plazo, de tal manera que la R.S.E se vuelva parte del negocio central y se incorpore al corazón de la organización, lo que se logrará a través de una amplia difusión interna del compromiso que la organización tiene con este enfoque”.*

Además, la apertura comercial de Colombia apoyada por los tratados de libre comercio (TLC) abre nuevas perspectivas para el desarrollo económico nacional y son la oportunidad que tienen las empresas para promover la competitividad y la sostenibilidad mediante la incorporación de prácticas socialmente responsables. En este sentido (Ferro Soto, 2011) propone que,

*“[...] si los tratados de libre comercio exigen condiciones básicas de R.S.E y las empresas de los países implicados en dichos tratados quieren pasar a disfrutar de las ventajas que supone esa apertura de los mercados, tendrán que hacer esfuerzos en materia de R.S.E”.*

Desde esta perspectiva, la empresa está llamada a desempeñar un papel protagónico en el desarrollo de la responsabilidad social, y el Estado debe ser promotor comprometido en formular políticas y estrategias de estímulos para trabajar a la par con varios actores, en especial con el empresario para que participe de la política social, económica y ambiental. El Estado en materia de responsabilidad social empresarial no debe imponer sino estimular, orientar, sensibilizar y premiar el desempeño de las organizaciones en esta dirección.

Por medio de encuesta se identificaron y analizaron las políticas empresariales que en responsabilidad social realizan las organizaciones objeto de estudio, el presupuesto asignado para el desarrollo de dichas actividades, el monto económico de inversión anual en políticas socialmente responsables, si éstas representan un gasto o inversión, y los incentivos fiscales utilizados por la empresa.

### **3.1 Adopción de políticas de responsabilidad social (R.S.E) en las grandes y medianas empresas del departamento del Quindío.**

### ¿Conoce qué significa Responsabilidad Social Empresarial?

**Tabla 1. Conocimiento de la RSE**

	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE
<b>SI</b>	<b>47</b>	<b>92%</b>
<b>NO</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL EMPRESAS ENCUESTADAS</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración de los autores

Las medianas y grandes empresas del departamento del Quindío dicen conocer qué es la Responsabilidad Social Empresarial (R.S.E). De las 51 empresas encuestadas, 47 de ellas que representan el 92% dicen que **SI** conocen el significado, mientras que solo 4 empresas (8%) **NO** tiene claro el significado de esta práctica. Este resultado se convierte en una oportunidad clara para incentivar y dar a conocer a estos empresarios el sentido y las ventajas de la RSE.

Así mismo, el empresariado Quindiano expresa una variedad de conceptos respecto al significado de RSE. El 25% de las empresas encuestadas lo identificaron como “medio ambiente, cuidar el entorno donde se realiza la actividad económica”; el 23% lo relaciona con desarrollo sostenible y el 22%, en ayudar a la comunidad. Es decir, lo relacionan directamente con el objetivo principal de la RSE (*desempeño social, medioambiental y económico*).

### ¿Cuenta la empresa con una política o estrategia de R.S.E?

**Tabla 2. Políticas de RSE**

	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE
<b>SI</b>	<b>29</b>	<b>57 %</b>
<b>NO</b>	<b>22</b>	<b>43%</b>

Fuente: Elaboración de los autores

De las medianas y grandes empresas, 29 (57%) de ellas informan que **SI** cuenta con políticas de R.S.E, lo cual significa que este concepto ha tomado fuerza en la región, siendo favorable para la empresa porque al mismo tiempo mejoran su imagen, prestigio y reputación empresarial, legitimando a la organización frente a la sociedad. En cambio las otras 22 (43%) **NO** implementan o cuentan con dichas políticas, porcentaje considerablemente elevado dado que existen unos requerimientos mínimos para su implementación y cumplimiento.

Sin embargo, las empresas están dispuestas a realizar alianzas para la adopción de políticas sobre la Responsabilidad Social, pues de las 51 empresas, 39 ven viable realizar estas acciones, lo cual

indica que se podrían implementar tan anheladas uniones empresariales en pro del mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y como estrategia competitiva e innovadora velando por la gestión eficiente y equilibrada de los recursos económicos, ambientales y sociales.

**¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en Responsabilidad Social Empresarial?**

**Tabla 3. Beneficios esperados**

	NÚMERO DE EMPRESAS
<b>Incentivos de impuestos y</b>	<b>14</b>
<b>Mayor confianza de la clientela</b>	<b>11</b>
<b>Mayor acceso a nuevos mercados</b>	<b>11</b>
<b>Mayor apoyo a la comunidad</b>	<b>10</b>
<b>Ninguno</b>	<b>4</b>
<b>Todos</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>51</b>

Fuente: Elaboración de los autores

Con excepción de cuatro empresarios, los demás esperan recibir beneficios. Este hecho evidencia la importancia de dar a conocer los incentivos por la adopción de acciones socialmente responsables.

**¿Cuáles de las siguientes prácticas empresariales gestiona la empresa?**

**Figura 1. Prácticas empresariales**



Fuente: Elaboración de los autores

**¿Otros? ¿Cuáles?:**

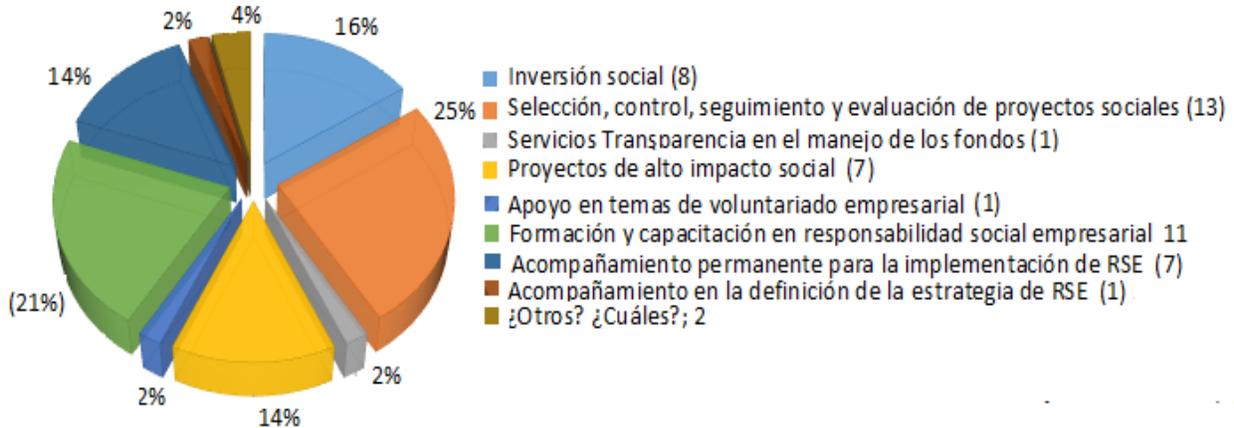
- Campañas de autogestión en el manejo y mitigación de impactos ambientales
- Escuela de educación superior para los hijos de los trabajadores de la fincas

De las prácticas empresariales que realizan las empresas respecto a RSE, la mayoría realizan “Proyectos de bienestar a empleados” contando con un 49% en su gestión empresarial, y están relacionados con actividades de beneficio interno hacia el personal de la organización, debido a que el clima laboral y los beneficios para los empleados según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) deben ir mejorando. En segundo lugar se encuentra los “Proyectos de Inversión

Social a la Comunidad”, reflejando que las empresas primero desean implementar y fortalecerse internamente, y posteriormente si ayudar a la comunidad.

**¿Cuál de los siguientes servicios desearía recibir de una organización que facilite a su empresa la implementación de su R.S.E?**

**Figura 2. Servicios deseados**



Fuente: Elaboración de los autores

Es significativa la importancia que tiene para los empresarios la “selección, control, seguimiento y evaluación de proyectos sociales”, indicando como uno de los temas de mayor agrado a implementar, seguido de formación y capacitación en R.S.E. Se evidencia el desconocimiento de las empresas sobre los beneficios que representa ser socialmente responsable.

**¿Cuál es la principal motivación para aplicar políticas de R.S.E?**

**Tabla 4. Motivación**

Motivación	Número de empresas
Financiera-económica (reducción de costos, mejora del negocio y de la competitividad).	12
Mejora a nivel interno de la empresa (bienestar general y beneficios para los colaboradores y seguridad laboral)	12
Tributaria (beneficios fiscales, descuentos tributarios y menor gasto).	9
Proyección ambiental (reducción de fuentes de contaminación, ahorro energético, reciclaje, iniciativas en general en pro del ambiente).	7
Sostenibilidad del negocio (continuidad y fortalecimiento del negocio de la mano con prácticas, políticas e iniciativas en RSE).	4
Ética y desarrollo de valores en lo interno (sentimiento de identidad, pertenencia, motivación y cambio cultural).	3
Proyección social (apoyo a comunidades, poblaciones vulnerables y bienestar del país en general).	2

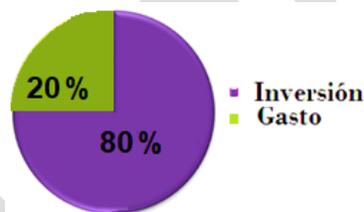
Motivación	Número de empresas
Orientación a grupos de interés (beneficio y satisfacción de clientes, proveedores, accionistas, etc.)	1
Otros (está en calidad de arrendatario).	1
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>51</b>

Fuente: Elaboración de los autores

El “beneficio financiero” y el “mejoramiento interno de la empresa” son las principales motivaciones para adoptar políticas de RSE debido a que ayudaría al cumplimiento de los objetivos misionales de la empresa y a participar en proyectos sociales. Posteriormente los “beneficios tributarios” como instrumento incentivador disminuye la base gravable en el momento de declarar sus obligaciones fiscales.

**¿Considera que la adopción de políticas de R.S.E representa para la empresa?  
¿INVERSIÓN O GASTO?**

**Figura 3. Inversión o gasto por políticas de RSE**



Fuente: Elaboración de los autores

De las 51 empresas, 41 que representan el 80% son conscientes que la aplicación de políticas de R.S.E genera beneficios no solo a los stakeholders sino también a la misma organización. Diez (10) empresas la consideran un gasto, pues desconocen su significado, las actividades que pueden realizar y los beneficios que podría recibir al ser aplicadas.

**¿Siente apoyo por parte del Gobierno Nacional y de las entidades de Control para afrontar los nuevos cambios sociales, financieros y ambientales?**

**Tabla 5. Apoyo**

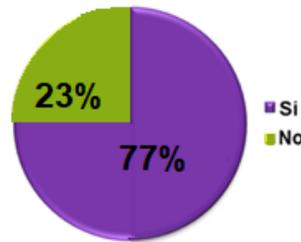
	EMPRESAS	PORCENTAJE
SI	6	12%
NO	45	88 %
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración de los autores

De las 51 empresas, 45 que representa el 88% **NO** sienten respaldo por parte del gobierno, y consideran que a la hora de llevar a cabo dichos cambios, lo hacen por filantropía debido a la falta de conocimiento, apoyo y difusión de información, mostrando así que muchas empresas que llegan a implementarlas lo realizan solo por compromiso con la sociedad.

**¿Estaría dispuesto a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial?**

**Figura 4. Alianzas**



Fuente: Elaboración de los autores

Las empresas están dispuestas a realizar alianzas para la adopción de políticas sobre Responsabilidad Social. De las 51 empresas encuestadas, 39 ven viable realizar estas acciones, lo cual indica que se podrían implementar tan anheladas uniones empresariales en pro del mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y como estrategia competitiva e innovadora, velando por la gestión eficiente y equilibrada de los recursos económicos, ambientales y sociales.

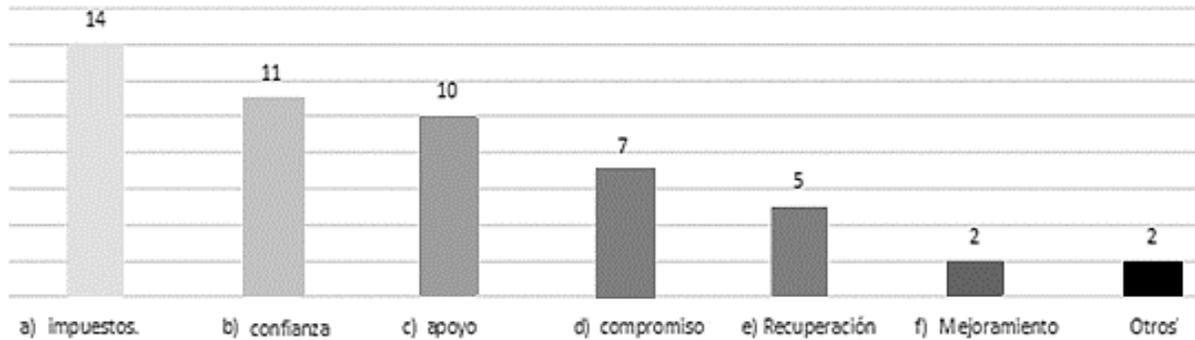
**¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en Responsabilidad Social Empresarial?**

**Tabla 6. Beneficios esperados.**

	NUMERO DE EMPRESAS
<b>a. Incentivos de impuestos</b>	14
<b>b. Mayor confianza de la clientela</b>	11
<b>c. Mayor apoyo de la comunidad y de las autoridades.</b>	10
<b>d. Mayor compromiso con los empleados.</b>	7
<b>e. Recuperación de la inversión y optimización de costos.</b>	5
<b>f. Mejoramiento de la imagen y reputación ante los clientes.</b>	2
<b>g. Otros: Todos</b>	1
<b>Ninguno</b>	1
<b>Total empresas</b>	<b>51</b>

Fuente: Elaboración de los autores

**Figura 5. Beneficios esperados.**



Fuente: elaboración de los autores.

Los beneficios que esperarían tener por la realización de Responsabilidad Social Empresarial son: incentivos de impuestos como su mayor aceptación con 14 empresarios, seguido de “mayor confianza de la clientela” con 11 y con 10 empresarios “mayor apoyo a la comunidad”.

**¿Cuál de las siguientes limitaciones u obstáculos enfrenta su empresa para implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial?**

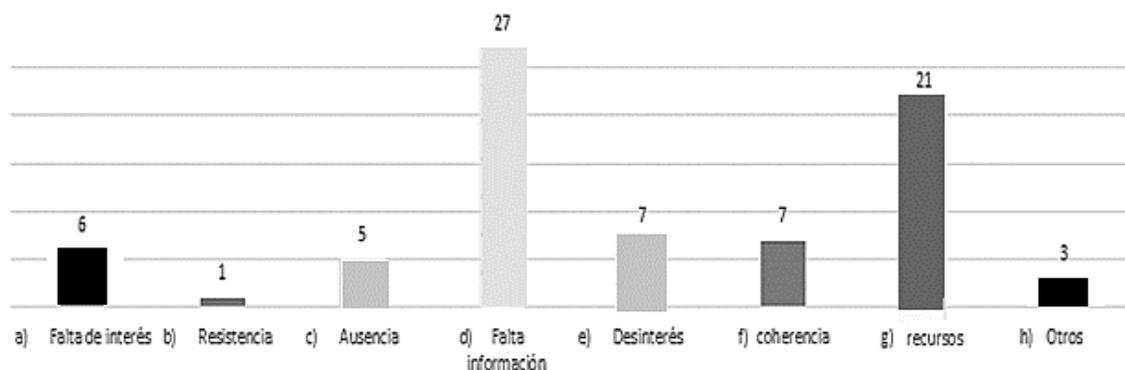
**Tabla 7. Limitaciones**

	Número De Limitaciones U Obstáculos
<b>a. Falta de interés y compromiso por la alta gerencia.</b>	<b>6</b>
<b>b. Resistencia interna de los empleados para su implementación.</b>	<b>1</b>
<b>c. Ausencia de presión de la sociedad.</b>	<b>5</b>
<b>d. Falta de información de los beneficios de la implementación.</b>	<b>27</b>
<b>e. Desinterés por parte de los clientes</b>	<b>7</b>
<b>f. Falta de coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.</b>	<b>7</b>
<b>g. Falta de recursos (tiempo, material, presupuesto, personal).</b>	<b>21</b>
<b>h. Otros: Crisis económica actual y Cambios constantes en normas y revelaciones</b>	<b>3</b>

Fuente: elaboración de los autores.

El principal obstáculo o limitación de las empresas para implementar los planes o acciones de R.S.E se manifiesta en “la falta de información de beneficios”, lo que evidencia un alto desconocimiento del tema y de los incentivos fiscales para adoptar políticas sociales. Igualmente, un alto número de empresarios encuestados consideran la falta de recursos para implementarla. Este hecho refleja la equivocada creencia que tienen de que, la adopción representa altos costos para su ejecución

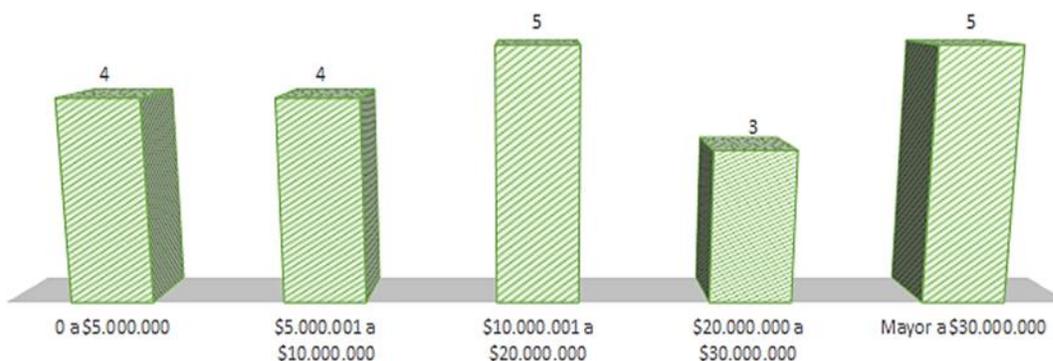
**Figura 6. Limitaciones**



Fuente: elaboración de los autores.

¿Cuál es el monto económico de inversión anual de su empresa en R.S.E?

Figura 7. Inversión anual.



Fuente: elaboración de los autores.

Al preguntarle a las empresas sobre el monto económico que destina para la aplicación e implementación de Responsabilidad Social Empresarial indicaron cifras variables entre \$5.000.000 y \$30.000.000 debido a factores como: sector económico, tipo de empresa y tamaño de la empresa.

¿Cuál es el medio que utiliza su empresa para publicar la gestión socialmente responsable?

Tabla 8. Medios de publicación

MEDIOS DE PUBLICACIÓN	NÚMERO
a. Informes de gestión, balance social.	23
b. Publicidad.	12
c. Internet.	11
d. Revistas.	3
e. Periódicos.	2
f. Otros: correo interno, memorandos	3

Fuente: elaboración de los autores

El 45% de las empresas utilizan los “Informes de Gestión” como medio para la presentación y publicación del desarrollo sobre políticas de Responsabilidad Social Empresarial; el 25% recurre a la publicidad y el 1% a otros medios. Este hecho evidencia la importancia de publicar dichos informes para vigilancia de su desempeño social y cumplimiento de lo prometido.

### **3.2 Beneficios tributarios que incentivan la adopción de políticas de R.S.E.**

Los beneficios tributarios constituyen aquellas deducciones, exenciones y tratamientos tributarios especiales que tienen por objeto disminuir la carga tributaria de una forma legal, generada en el curso normal de las operaciones, evitar la doble tributación e incentivar ciertas actividades estratégicas para el país. “Son catalogados como taxativos, limitados, personales e intransferibles” (Sentencia C-602/15).

En el sistema tributario colombiano se contempla varios tipos de beneficios como herramienta para favorecer o estimular determinadas actividades, sectores o agentes de la economía. Es así como, por su participación en el monto de los ingresos, se destacan principalmente los concedidos en el impuesto sobre la renta y en el IVA (DIAN)

Por consiguiente, el fin de estos beneficios es disminuir el impuesto sobre la renta a cargo del contribuyente de naturaleza jurídica. El impuesto sobre la renta es un impuesto que grava todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, que sean susceptibles de producir incremento neto del patrimonio en el momento de su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados (DIAN), considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos, así como también los beneficios tributarios. Por lo tanto, las empresas deben considerar diferentes alternativas de ahorro en impuestos en la realización de proyectos de inversión o actividades económicas, buscando el mayor rendimiento de su inversión al menor "costo tributario".

En Colombia este tipo de mecanismos se ha consolidado como una herramienta importante para promover e incentivar políticas socialmente responsables. Así mismo, “estos beneficios tributarios tienen un gran valor, porque dirigen a las organizaciones a incluirse en la responsabilidad social empresarial [...] y representa ventajas para el Estado que los ofrece porque está promoviendo el bienestar social, ambiental y económico que de otra manera le generarían gastos (Torres & Cajigas, 2015)

### **3.3 Caracterización de los beneficios tributarios que incentivan la adopción de políticas de R.S.E.**

De la revisión efectuada al Estatuto Tributario Colombiano años 1994 a 2017 se encontraron y analizaron los beneficios tributarios que tienen relación directa con las políticas de responsabilidad social (Tabla 9. Anexos) como son: exclusión del pago de impuesto de renta y de ganancia ocasional, exenciones en el IVA, deducciones por donaciones o por inversiones efectuadas para reforestación, aranceles, depreciación de activos, incentivos económicos, tasas arancelarias especiales, exclusión del pago de aportes parafiscales, los cuales representan un ahorro tributario,

es decir, dinero que ahorra el contribuyente al aplicar los incentivos, y motivan a las organizaciones a promover acciones en responsabilidad social empresarial sin incurrir en altos costos.

### 3.4 Incentivos fiscales de mayor aplicación en las medianas y grandes empresas del departamento del Quindío por la adopción de políticas de RSE.

**¿Tiene conocimiento de los beneficios fiscales que otorga el Estado colombiano a empresas por realizar programas, planes y/o proyectos en materia de responsabilidad social empresarial?**

**Tabla 9. Conocimiento beneficios fiscales**

	Número de empresas	porcentaje
<b>SI</b>	<b>21</b>	<b>41%</b>
<b>NO</b>	<b>30</b>	<b>59%</b>
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>51</b>	

Fuente: elaboración de los autores

De las empresas que adoptan políticas R.S.E, 30 que corresponde a 59% de las 51 empresas no tiene conocimiento de los beneficios fiscales que pueden obtener por parte del Estado, y las 21 restante (41%) respondieron afirmativamente, lo cual indica la falta de gestión del gobierno en dar a conocer de forma clara, y específica dichos beneficios que contribuyen activamente al mejoramiento social, ambiental y económico del país y al desarrollo, crecimiento y competitividad de la empresa.

**¿Se ha beneficiado su empresa de los incentivos fiscales por adoptar prácticas de RSE?**

**Tabla 10. Empresas beneficiadas con incentivos fiscales**

	Número de empresas	porcentaje
<b>SI</b>	<b>7</b>	<b>14%</b>
<b>NO</b>	<b>44</b>	<b>86%</b>
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>51</b>	

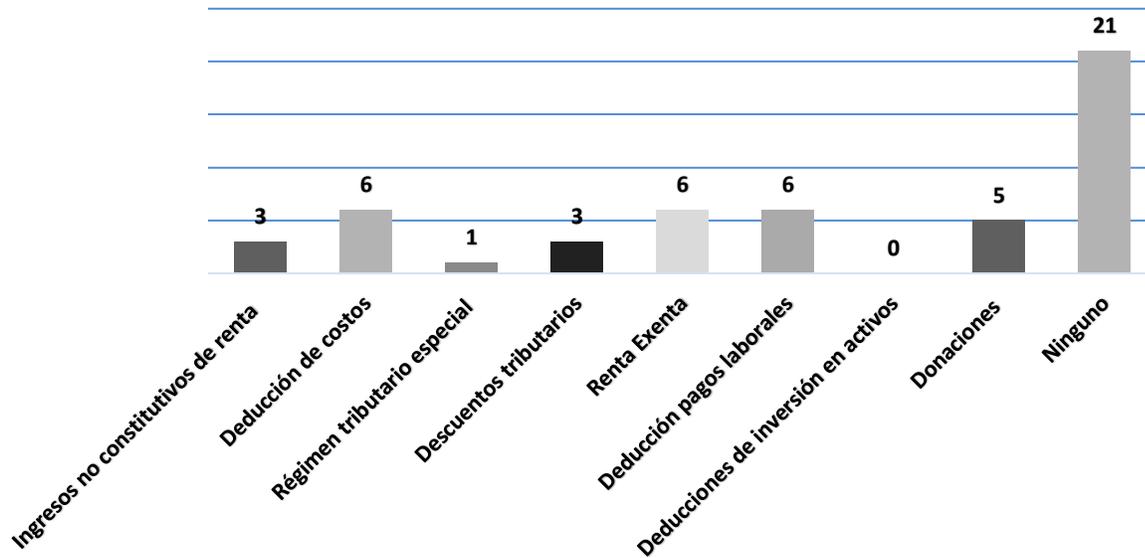
Fuente: elaboración de los autores

De las empresas que adoptan políticas de R.S.E el 86% contestaron que **NO** han recibido los beneficios tributarios, manifestando que no tienen un amplio conocimiento de su ejecución e implementación en la gestión de sus empresas, y un 14% restante equivalente a 7 empresas, **SI** han recibido incentivos tributarios por la adopción de políticas RSE.

Se observa el pequeño número de empresas que se han beneficiado de los estímulos fiscales debido a su desconocimiento por falta de promoción, educación, apoyo y asesoramiento por las entidades competentes (Estado, gobierno y academia) y asesores tributarios.

**¿Cuál de los siguientes incentivos fiscales ha utilizado la empresa?**

**Figura 8. Incentivos fiscales**

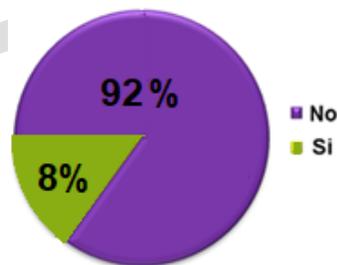


Fuente: Elaboración de los autores.

El 41% de las empresas no utiliza ningún tipo de incentivo fiscal, dejando de percibir aquellos tratamientos especiales que contribuyen a disminuir las cargas tributarias. Además se observa los tres incentivos más utilizados por los empresarios: deducciones por costos, rentas exentas y deducciones en pagos laborales. No son utilizados los demás por desconocimiento del tema.

**¿Ha encontrado barreras o dificultades para obtener los beneficios fiscales por realizar acciones socialmente responsables?**

**Figura 9. Barreras**

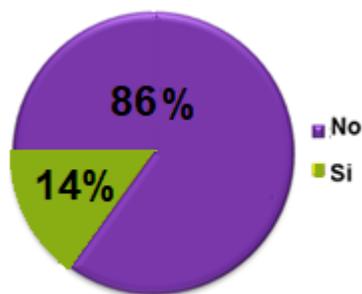


Fuente: elaboración de los autores.

El 92% del total de las empresas NO identificaron barreras y reconocen que existen beneficios tributarios de RSE pero no los aplican porque no se actualizan de la normatividad vigente o no han realizado los procedimientos correspondientes para acceder a los beneficios. Así mismo 4 empresas manifiestan que SI hay barreras porque no hay mucha facilidad en asesoría y en el acceso a la información.

**¿Vincula la empresa a empleados con características de vulnerabilidad?**

**Figura 10. Empleados vulnerables**



Fuente: elaboración de los autores.

Solo 7 empresas de las 51 vinculan en sus organizaciones a personas con esta característica, lo cual indica que el 14% de las empresas están siendo incluyentes, y el 86% restante están desaprovechando los beneficios fiscales que concede el Estado por incorporar al mundo del trabajo a estas personas en situación de discapacidad.

## Discusión

Se procede a contrastar los objetivos planteados en la investigación con los resultados de la misma.

Existe normatividad vigente en materia de beneficios tributarios que motiva a diferentes sectores empresariales a participar en proyectos de desarrollo social, dentro de los cuales se encuentran los incentivos fiscales en forma de exenciones, deducciones, exclusiones e incentivos económicos a los contribuyentes, específicamente a las sociedades comerciales que lleven a cabo programas, planes y/o proyectos implementados en materia de responsabilidad social empresarial para poblaciones vulnerables, personas en condición de discapacidad, inclusión laboral equitativa en términos de género, protección de los derechos de los trabajadores y respeto al medioambiente. Por lo cual, este objetivo se cumple. (**Tabla 9. Anexos**).

De las empresas que se analizaron, cuarenta y siete (47) de las empresas participantes tienen *conocimiento* sobre el concepto de RSE y la relacionan con aspectos sociales, económicos y medio ambientales (Tabla 1). Es importante resaltar que solo cuatro (4) empresas no tienen claro el significado de esta práctica. Sin embargo, este escenario es bien complejo dado que no todas cuentan con políticas de RSE, sólo 29 de ellas realizan dichas acciones y las otras 22 no la gestionan, como se puede observar en la **Tabla 2**.

Es más, de las 29 empresas que realizan dichas acciones, sólo 21 tienen conocimiento de los *beneficios fiscales* que otorga el Estado colombiano por realizar programas, planes y/o proyectos en materia de responsabilidad social empresarial (**Tabla 9**) y 4 de ellas han encontrado barreras para obtener dichos beneficios (**Figura 9**).

De hecho, parece una extraña paradoja: 17 empresas conocen los incentivos tributarios y sólo se han beneficiado 7 (**Tabla 10**). Cifra considerablemente baja, pues de las 51 empresas encuestadas, 41 que representan el 80% son conscientes que la aplicación de políticas de R.S.E genera beneficios no solo a los stakeholders sino también a la misma organización y 10 empresas la consideran un gasto, pues desconocen su significado, las actividades que pueden realizar y los beneficios que podría recibir al ser aplicadas (**Figura 3**). Sin embargo, los resultados dejan entrever

que la principal barrera para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial NO está relacionada con problemas de costos sino porque NO hay mucha facilidad a falta de asesoría y acceso a la información para que las empresas puedan obtener los diferentes beneficios tributarios.

Al analizar los beneficios tributarios por la implementación de prácticas de RSE se evidencia la disminución de la carga tributaria de una forma legal, a través de deducciones, exenciones y tratamientos especiales, sin incurrir en prácticas evasivas, simulación o fraude a la ley, lo que permite incrementar la rentabilidad de los accionistas por el impacto que representa en ahorro de impuestos. Dentro de este contexto se realizó simulación del efecto financiero que tendría los incentivos tributarios en las empresas colombianas por la adopción de políticas de RSE (**Anexos: Casos 1, 2, 3 y 4. Reducción impuesto de renta**).

Los resultados obtenidos permitieron identificar que las empresas participantes tienen conocimiento sobre el concepto de RSE, aunque algunas no cuentan con dichas políticas por desconocimiento de sus beneficios o por considerarlas como un gasto. Sin embargo, están dispuestos a realizar alianzas con otras organizaciones para desarrollar acciones frente a los lineamientos de la Responsabilidad Social.

1°. Los grandes y medianos empresarios del departamento del Quindío describen un nuevo modelo de empresa comprometida con el entorno social, económico y ambiental, sujeto principal de la responsabilidad social.

2°. Las empresas encuestadas aunque tienen conocimiento de la RSE aún no han alineado las iniciativas sociales con la actividad empresarial, y aquellas que la incorporan en su gestión lo hacen movidas por un interés económico inmediato para gozar de beneficios fiscales que representa un ahorro tributario, o para obtener beneficios a largo plazo relacionados con una mejor imagen de la compañía, con incremento de la rentabilidad de su organización, que las hace más competitivas, y por la recompensa recibida en el aspecto financiero.

3°. El sistema tributario colombiano contribuye a incentivar actos de RSE en las empresas, como: contratación de personal discapacitado o en situación de desplazamiento, donaciones a organismos deportivos, culturales, recreativos, inversiones en investigación, desarrollo tecnológico o innovación, en reforestación, en control y mejoramiento del medio ambiente, inversiones en centros de reclusión, en proyectos de fuentes no convencionales de energía, en generación de nuevos empleos, vinculación laboral de mujeres mayores de 40 años y que durante los 12 meses anteriores hayan estado desvinculadas laboralmente, generación de empleo para personas de bajos Ingresos, vinculación laboral de mujeres víctimas de violencia comprobada, mantenimiento y conservación de bienes relacionados con el patrimonio cultural de la nación.

4°. Se evidencia un alto grado de desconocimiento sobre los beneficios tributarios que representa la adopción de políticas de RSE, por lo que es indispensable un compromiso permanente por parte de la academia e instituciones del Estado sobre su difusión.

## **Referencias Bibliográficas**

Acevedo, J., Zárate, R. & Garzón, W. (2013). Estatus jurídico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Díkaion*, 22(2), 03-332. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72031061006>

ANDI, A. N. (30 de 06 de 2017). Resultados de la Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial de la ANDI 2010 – 2011, 2012 – 2013. <http://www.pactodeproductividad.com/pdf/resultadosde la encuesta sobre rse 2010>

Comisión Europea. “Responsabilidad Social Corporativa: una nueva definición y agenda para la acción de la Comisión Europea”, 2011. <http://www.cecodes.org.co/index.php/seccion-boletin/1365.html>

Correa, M., G. Gallopin y G. Núñez. "Medir para gestionar la RSC", 2005. *Harvard Business Review*. Vol. 83, núm. 8, pp. 51–58.

Correa, Juan G. Artículo “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social”. *Revista “Semestre Económico”*, Universidad de Medellín, volumen 10, No 20, 2007,

Dahlsrud, Alexander. How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 2008. pp. 1-13. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/full>

DIAN.

[https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Cuadernos%20de%20Trabajo/Beneficios%20tributarios%20en%20el%20impuesto%20sobre%20la%20renta%20y%20en%20el%20impuesto%20al%20valor%20agregado%20\(IVA\)%20%E2%80%93%20a%20C3%B1o%20gravable%202017.pdf](https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Cuadernos%20de%20Trabajo/Beneficios%20tributarios%20en%20el%20impuesto%20sobre%20la%20renta%20y%20en%20el%20impuesto%20al%20valor%20agregado%20(IVA)%20%E2%80%93%20a%20C3%B1o%20gravable%202017.pdf)

Ferro Soto, Carlos. “La RSE y su relación con los Tratados de Libre Comercio”. Universidad de Vigo, España.. Publicado: mayo 26 de 2011. [http://www.gestrategica.org/templates/noticias\\_detalle.php?id=482](http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=482)

Kliksberg, Bernardo. *Más ética más desarrollo*. Obtenido de Temas Grupo Editorial, 2004. <http://www.cyta.com.ar/ta0803/v8n3a3.htm>

Ley 1819 de 2016

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1819\\_2016.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1819_2016.html)

Ley 139 de 1994

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0139\\_1994.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0139_1994.html)

Ley 181 de 1995, artículo 76

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0181\\_1995.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0181_1995.html)

Ospina Rivera, Edwin David, Sotelo Bula, María Fernanda. Responsabilidad Social Empresarial: Beneficios Económicos, Sociales y Ambientales para los Stakeholders. Universidad de Antioquia, Medellín, 2013.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Responsabilidad-social-empresarial%3A-beneficios-y-Rivera/8fa0b7e19a8d5feaf9bcfad9d7b1d5d512aa776c>

Rochlin, citado por Barroso Tanoira, Francisco Gerardo en: La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán, 2008. Artículo de investigación. Revista Scielo, ISSN 0186-1042

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&nrm=iso)

Sarmiento del Valle, Santiago. La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimens. empres.* - Vol. 9 No. 2, Julio - Diciembre de 2011, p.p. 6-15

Sentencia T-781 de 2014, Corte Constitucional.

<http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/t-781-14.htm>

Sentencia C-602/15, Corte Constitucional.

<http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/C-602-15.htm>

Solano, David. Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse. Universidad ESAN. Perú. *Cuad. Difus.* 10 (18-19), 2005, p.p. 163, 164.

<https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA148565744&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=18156592&p=AONE&sw=w>

Superintendencia de Sociedades. Estado de la RSE en Colombia. Percepción, Práctica e Impacto en el Negocio. 2012 y 2014. Universidad Externado de Colombia. <http://administracion.uexternado.edu.co/PRME/memorias/Estado%20de%20la%20RSE%20en%20Colombia%20Superintendencia%20de%20Sociedades.pdf>

Torassa, Sergio R. Más allá de la teoría: Responsabilidad Social Empresarial en Casos Prácticos. *INCAE Business Review*, 1 (11), 2010, pp. 1-7.

<https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA232715731&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=16592549&p=IFME&sw=w>

OrozcoToro, Jaime. A. *Tesis doctoral: Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación.* Universidad Autónoma de Barcelona 2014.

Torres, María Eugenia y Cajigas Romero Margot. Responsabilidad Social y Beneficios Tributarios: Empresas Manufactureras Zona Franca Departamento del Cauca-Colombia. Red Internacional de Investigadores en Competitividad Memoria del IX Congreso ISBN 978-607-96203-0-4, 2015.

<https://www.riico.net/index.php/riico/article/download/104/24>

Vélez E. Ana María. Una respuesta a la acción social, de la rentabilidad a la responsabilidad social empresarial. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18 (23), pp. 11-15, 2010.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3631293.pdf>

Post-Print