



Avances DE ENTORNO DE LOS NEGOCIOS

ESTADO DE LA RSE EN
COLOMBIA

N.º 20 BOGOTÁ, D.C., SEPTIEMBRE DE 2015

Juan Carlos Henao Pérez
Rector

Alejandro Beltrán Duque
Decano Facultad de Administración de Empresas

Carlos Alberto Restrepo R.
Director de Investigaciones
Director Observatorio de Entorno de los Negocios

PRESENTACIÓN

Avances es la serie de documentos de trabajo publicada por la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia.

Con esta publicación se persiguen, entre otros, los siguientes objetivos:

- Difundir los resultados parciales de proyectos de investigación realizados por los Centros adscritos a la Facultad.
- Cualificar la reflexión y el debate en torno a los diferentes temas que afectan la gerencia.
- Aportar materiales didácticos y lecturas que sean utilizados en las diferentes asignaturas de los programas de pregrado y postgrados que ofrece la Facultad.
- Poner a consideración de la comunidad académica en general, los hallazgos de orden teórico y metodológico, a fin de recibir sugerencias y aportes que permitan enriquecer el proceso de construcción de conocimiento.

La serie comprende diferentes áreas: *Pensamiento Estratégico y Prospectiva, Liderazgo, Gestión Humana y Organizaciones, Tecnología y Producción, Gestión de Información y Finanzas, Mercadeo y Entorno de los Negocios.*

Esperamos que la serie **Avances** contribuya a los procesos de producción y apropiación social del conocimiento, base del desarrollo económico y social del país.

Dirección de Investigaciones

AVANCES DE ENTORNO DE LOS NEGOCIOS No. 20

PRESENTACION

Avances de Entorno de los Negocios presenta los resultados parciales de proyectos de investigación de los grupos e investigadores del Observatorio de Entorno de los Negocios de la Facultad de Administración de Empresas.

En la línea de investigación de Entorno de los Negocios, a cargo del Observatorio, se tratan los siguientes grandes temas:

- *Entorno Económico:* Analiza el comportamiento de los sectores económicos, las cadenas productivas y los agrupamientos sectoriales. De igual modo evalúa el efecto de las políticas económicas sobre el desempeño de las empresas. Particularmente se evalúa el impacto real que han tenido sobre las empresas las diferentes políticas de promoción del comercio exterior, la ciencia y la tecnología y la competitividad.
- *Entorno Social:* Actúa en dos niveles. El primero, tiene que ver con el monitoreo de variables tales como pobreza, distribución del ingreso, estructura demográfica y calidad de vida. El segundo, tiene que ver con el papel de la gerencia frente a su compromiso con lo social.
- *Entorno Legal y Político-Institucional:* Analiza las regulaciones a la operación de los mercados de bienes, servicios y factores, prácticas monopólicas y competencia desleal. De otra parte, analiza las regulaciones de tipo técnico, fitosanitario, ambiental, de seguridad, etc., que se imponen a los procesos y los productos. En lo político-institucional se analizan las instituciones políticas colombianas, las organizaciones gremiales, la geopolítica y las relaciones internacionales.

En esta oportunidad presentamos a consideración de la comunidad académica, los resultados de un proyecto realizado por la línea de investigación en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en asocio con la Superintendencia de Sociedades. El estudio busca aportar evidencias empíricas acerca de las prácticas de RSE que las empresas colombianas implementan. Además de una caracterización de dichas prácticas, se analizan las motivaciones, obstáculos y beneficios que los empresarios perciben frente a la implementación de la RSE.

Observatorio de Entorno de los Negocios

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra, sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia.

Avances de Entorno de los Negocios
ISSN: 1794 – 791X

© UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
Derechos exclusivos de publicación y distribución de la obra
Calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá – Colombia. Fax 342 4948
[www.uexternado.edu.co]

Diseño de cubierta y composición: Departamento de Publicaciones,
Universidad Externado de Colombia

Impreso en Colombia
Printed in Colombia

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Calle 12 No. 1-17 Este
Teléfono: 3-419900 Ext.1212, 1275.
<http://administracion.uexternado.edu.co>
Bogotá D.C.
Colombia

ESTADO DE LA RSE EN COLOMBIA

Percepción, Práctica e Impacto en el Negocio

1. CRÉDITOS

GUSTAVO ADOLFO YEPES LOPEZ
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Director

MARIA TERESA CAMACHO RIOS
NATALI MARCELA CUBILLOS CASTAÑO
SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES
GRUPO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS
Información y Proyección

LADY MILENA HERNÁNDEZ TORRES
LINA FRANCO ROJAS
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINITRACION DE EMPRESAS
Investigadores

MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ
JULIAN CRUZ PULIDO
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINITRACION DE EMPRESAS
Equipo estadístico

2. CRÉDITOS INSTITUCIONALES

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE
COLOMBIA**

JUAN CARLOS HENAO PÉREZ

Rector

MARTHA HINESTROSA REY

Secretaria General

ALEJANDRO BELTRÁN DUQUE

*Decano Facultad de Administración de
Empresas*

CARLOS A RESTREPO RIVILLAS

Director de Investigaciones

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES

FRANCISCO REYES VILLAMIZAR

Superintendente De Sociedades

JUAN ANTONIO DUQUE DUQUE

Superintendente delegado de asuntos

económicos y contables

MARIA TERESA CAMACHO RIOS

Coordinadora grupo estudios

económicos y financieros

3. CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO CONCEPTUAL.....	3
A. EVOLUCIÓN HISTÓRICA.....	3
B. EL CONCEPTO DE RSE.....	4
C. PRINCIPALES INICIATIVAS DE FOMENTO DE LA RSE.....	5
D. LA PRÁCTICA DE LA RSE.....	7
E. ALGUNAS TENDENCIAS.....	9
3. MARCO METODOLOGICO.....	10
A. CARÁCTER DEL ESTUDIO.....	10
B. UNIVERSO.....	10
C. FUENTE DE DATOS.....	10
D. COBERTURA.....	11
E. TIPO DE MUESTRA.....	11
F. LIMITACIONES.....	11
G. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS A UTILIZAR.....	11
I. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	11
II. DISEÑO DE INSTRUMENTO.....	12
4. RESULTADOS.....	12
A. CARACTERIZACIÓN.....	12
I. EMPRESAS ENCUESTADAS POR SECTOR QUE APLICAN RSE.....	12
II. EMPRESAS ENCUESTADAS POR TAMAÑO QUE APLICAN RSE.....	13
III. EMPRESAS ENCUESTADAS POR EDAD QUE APLICAN RSE.....	13
IV. RENTABILIDAD.....	14
B. PERCEPCIÓN.....	15
I. MOTIVACIÓN.....	15
II. OBSTÁCULOS.....	15
III. BENEFICIOS.....	16
C. PRÁCTICAS.....	17
I. QUE MODALIDADES REALIZA DE RSE.....	17
II. INVIERTE DINERO EN ACCIONES DE RSE.....	18
III. MÉTODO DE APLICACIÓN.....	19
IV. INICIATIVAS.....	19
D. FORMALIDAD.....	20
I. POLÍTICA.....	20
II. CARGO DE RSE.....	21
III. PRESUPUESTO.....	21
IV. REPORTE DE RSE.....	22
E. ANÁLISIS MULTIVARIADO INFERENCIAL.....	22

I. RENTABILIDAD Y MODALIDAD	22
II. RENTABILIDAD Y FORMALIDAD.....	24
III. RENTABILIDAD E INVERSIÓN.....	25
IV. INVERSIÓN Y FORMALIDAD.....	26
V. INVERSIÓN Y CARACTERIZACIÓN	28
VI. PRESUPUESTO Y CARACTERIZACIÓN.....	29
5. CONCLUSIONES	30
6. BIBLIOGRAFÍA	33

GUÍA DE TABLAS Y GRÁFICOS

GRÁFICOS

Gráfico 1 Enfoques de RSE. Fuente: Línea de Investigación Gerencia y Responsabilidad Social, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia.....	9
Gráfico 2 Empresas encuestadas por sector que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia	13
Gráfico 3 Tamaño de empresas que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia	13
Gráfico 4 Empresas encuestadas por edad que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia	14
Gráfico 5 Porcentaje de rentabilidad de empresas que invirtieron en RSC - Fuente: Elaboración propia.....	14
Gráfico 6 Modalidades de ejecución de las actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia	18
Gráfico 7 Porcentaje de inversión en acciones de RSE - Fuente: Elaboración propia.....	19
Gráfico 8 Métodos de aplicación de RSE - Fuente: Elaboración propia.....	19
Gráfico 9 Iniciativas de RSE - Fuente: Elaboración propia	20
Gráfico 10 Implementación de políticas de RSE - Fuente: Elaboración propia.....	21
Gráfico 11 Asignación de un cargo para actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia	21
Gráfico 12 Asignación de presupuesto para actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia.....	22
Gráfico 13 Empresas que presentan reportes de RSE - Fuente: Elaboración propia	22

TABLAS

Tabla 1 Ejes y variables de la Responsabilidad Social - Elaboración propia	12
Tabla 2 Motivaciones de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia.....	15
Tabla 3 Obstáculos de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia.....	16
Tabla 4 Beneficios de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia	16
Tabla 5 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la modalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia	24
Tabla 6 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la formalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia	25
Tabla 7 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la inversión de RSE - Fuente: Elaboración propia	26
Tabla 8 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la formalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia	27
Tabla 9 Análisis estadístico de la inversión en relación a la caracterización de RSE - Fuente: Elaboración propia	28
Tabla 10 Análisis estadístico del presupuesto en relación a la caracterización de RSE - Fuente: Elaboración propia	30

1. INTRODUCCIÓN

Las reglas de los negocios han cambiado, la competitividad de la empresa está cada vez más relacionada con su propia capacidad para afrontar un creciente número de competidores, mientras atiende a las nuevas y progresivas exigencias de los mercados locales e internacionales, los empleados y las comunidades de área de influencia.

Por estas razones las empresas para ser competitivas ahora no solo requieren de ser reconocidas, productivas y eficientes, sino que también deben demostrar capacidades para satisfacer nuevas preferencias de los consumidores, reducir y controlar los riesgos de operación, imagen y reputación, accediendo a las más convenientes fuentes de financiamiento y superando un creciente número de barreras para-arancelarias.

Estas nuevas reglas hacen parte de una tendencia en gestión llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), esta importante tendencia se consolida entonces como un importante factor de gestión y competitividad. Las practicas socialmente responsables prometen a las empresas no solo tener una buena imagen o reputación, estas también les permiten construir ventajas difícilmente imitables, diferenciándose de su competencia y logrando la aceptación y preferencia de los clientes y consumidores, con productos de mejor calidad, con una promoción respetuosa, una producción más limpia y eficiente y un trato justo a trabajadores, respetando sus derechos como seres humanos y promoviendo su desarrollo profesional y familiar, prometiéndole competir con éxito en los mercados globales.

A pesar de la actual relevancia de la RSE en las agendas públicas y privadas la práctica de la responsabilidad social empresarial y de los avances que en este sentido si vienen adelantando en otras latitudes, Colombia aún carece de información confiable que permita a instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil, gremios, la academia y las mismas empresas conocer sobre la percepción y la practicas de los empresarios 25 años después de su primera aparición como concepto unido a la gestión empresarial y al sistema económico de libre mercado.

Y aunque estudios como “El logro de un crecimiento sostenible a través de la responsabilidad social corporativa” (Services, 2008), “¿La responsabilidad social aumenta los beneficios?” (Robins, 2011), “Estrategia y sociedad” (Porter and Kramer, 2006), entre muchos otros han evidenciado la relación positiva de la RSE con los rendimientos financieros de las compañías que la aplican, también se desconoce la relación de estas prácticas con los beneficios empresariales y cuáles son los factores que afectan esta relación.

En el marco del convenio entre la Universidad Externado de Colombia y la Superintendencia de Sociedades que busca unir esfuerzos, recursos y capacidades para dar respuesta a las necesidades de conocimiento que tiene el país, se logró una alianza de los equipos de Gestión y Responsabilidad Social de la Facultad de Administración de Empresas y el Grupo de Estudios Económicos y Financieros de la Delegatura de Asuntos Económicos y Contables, con el propósito de conocer la situación de la responsabilidad social empresarial en Colombia, identificando en primer lugar la percepción de los empresarios colombianos sobre la RSE de acuerdo con las motivaciones, obstáculos y beneficios; reconociendo en segundo lugar las prácticas y analizando finalmente cuál es el impacto de estas en el negocio.

Para el cumplimiento de estos objetivos se desarrolló un estudio de tipo descriptivo y explicativo basado en la información de las sociedades colombianas que realizaron acciones de responsabilidad social y que reportaron en el “Informe 31 de Prácticas Empresariales” de la Superintendencia de Sociedades durante el 2012.

A continuación se presentan los resultados del estudio en este documento que está dividido en 4 capítulos; en el primero se muestra el marco conceptual en donde se describe la evolución histórica de las diferentes perspectivas de la responsabilidad empresarial, el concepto de RSE, las principales iniciativas de fomento de la RSE y los tipos de prácticas que la literatura sobre el tema ha reconocido.

En el segundo capítulo, se encuentra un detalle de la técnica utilizada para la recolección de la información incluyendo una breve descripción de la herramienta utilizada, así mismo se da un alcance a las limitaciones propias del estudio.

Para el tercer capítulo, se realiza un análisis de la muestra seleccionada, organizándola en 4 ejes principales: caracterización, percepción, prácticas y formalidad, desde estos cuatro ejes se divide la información en las variables más representativas para este estudio.

Por último, con los resultados obtenidos se realizan unas conclusiones importantes sobre el estado de la responsabilidad social en Colombia y cómo los empresarios la aplican teniendo en cuenta el impacto de acuerdo al tipo de inversión que realizan.

Se espera que los resultados de este esfuerzo interinstitucional sea un insumo válido y efectivo para el diseño, puesta en marcha y evaluación de las diferentes iniciativas tanto en Colombia como en el mundo que se realizan para promover la

responsabilidad social y la sostenibilidad, contribuyendo así a la construcción de un país cada día más propositivo, prospero e incluyente.

2. MARCO CONCEPTUAL

A. EVOLUCIÓN HISTÓRICA

Las responsabilidades de los diferentes actores e instituciones no son estáticas, evolucionan con los cambios sociales, políticos, culturales y tecnológicos y la empresa no es la excepción, sus responsabilidades y las expectativas que la sociedad les asigna se van transformando con el tiempo y las circunstancias (Yepes, La Responsabilidad Social Empresarial, Fundamentos y Aplicación en las Organizaciones de Hoy, 2007).

La práctica empresarial, las regulaciones institucionales, las relaciones y negocios internacionales y la conciencia ciudadana frente a temas como el rol del sector privado frente al medio ambiente, el entorno social, la calidad del trabajo, los derechos humanos, la transparencia son solo algunos de los aspectos que influyen en este cambio de perspectivas.

La revolución industrial en su momento generó un proceso de transformación económica, tecnológica y social que repercutió en el mundo entero, siendo así el comienzo de una forma diferente de pensar y de hacer las cosas, poniendo al sector productivo a la vanguardia de su tiempo (Colmenares, 2011), proponiendo también nuevas posturas sobre las responsabilidades de estas nuevas y cada día más poderosas instituciones.

En 1953 por primera vez el sr Howard R. Bowen publica un libro para proponer que los hombres de negocios tenían responsabilidades llamado “Social Responsibility of the Businessman”, donde a partir de un análisis de la evolución del pensamiento administrativo, abre la discusión sobre las obligaciones de los hombres de negocios para dirigir sus empresas buscando siempre resultados deseables en términos para la sociedad. (Yepes, La Responsabilidad Social Empresarial, Fundamentos y Aplicación en las Organizaciones de Hoy, 2007).

Sin embargo, tras las constantes presiones a las grandes corporaciones para que asumieran otras responsabilidades, en los años 70 Milton Friedman argumenta que cualquier obligación o responsabilidad de tipo social para una empresa era una doctrina subversiva ya que en una sociedad libre, el papel de las empresas es aumentar los beneficios, siempre y cuando estos objetivos se enmarquen en la ley. (Friedman, 1970).

Más adelante en el año 1984 Edwuard Freeman propone nuevos alcances al concepto de responsabilidad empresarial, señalando que las responsabilidades están en las diferentes relaciones que la empresa constituye en sus diferentes roles, proponiendo el término stakeholders o grupos de interés, a quienes la empresa en diferentes niveles debe tener en cuenta sus intereses. (Freeman, 1984). También en esta década nace el concepto de desarrollo sostenible con la presentación del informe Bruntland y la creación de nuevos mecanismo que regulan y normalizan los desempeños empresariales tales como las normas propuesta por la organización Internacional de Estandarización ISO en 1987. (Dominguez, 2008)

Ya en los años 90's y primera década del siglo XXI, instituciones empresariales internacionales tales como el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), la Comisión de Comunidades Europeas, el Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional de Estandarización (ISO) entre muchos otros (Fernández, 2005), iniciaron a realizar esfuerzos para proponer mecanismos aplicados que lleven las diferentes perspectivas del concepto de responsabilidad empresarial en la práctica proponiendo una herramienta que da una visión contemporánea, denominada RSE, la cual, basada en un visión integradora entre el empresa y la sociedad, propone un rol más constructivo de las empresas, ofreciéndole beneficios y retornos económicos en el cumplimiento de sus responsabilidades.

B. EL CONCEPTO DE RSE

Dentro de las nuevas perspectivas que el inicio de un nuevo siglo trajo consigo se encontraron nuevas propuestas para gestionar a las organizaciones empresariales, que más allá de las prácticas de círculos de calidad, justo a tiempo o el outsourcing (Heywood, 2002) que lideraron las agendas de los gerentes a finales del siglo XX, abogaban por una nueva lógica de gestión en donde los grupos de interés y el entorno social y ambiental, sustentadas en diversas perspectivas del impacto de la empresa en la sociedad y sus complejas interrelaciones.

La responsabilidad de las organizaciones entonces se podía gestionar a través de una nueva herramienta, práctica y atractiva, llamada RSE. Este esquema de gestión denominado RSE contaba con la ventaja que no solo estaba alienada a los

intereses competitivos y comerciales de las empresas sino que respondía a las tendencias y nuevas expectativas de la sociedad.

Dentro de las definiciones de RSE más destacadas se encuentran las siguientes:

- “El compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajar con los empleados, sus familias, la sociedad y la comunidad local en general para mejorar su calidad de vida” (World Business Council for Sustainable Development, 2015).
- “La Integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”. (Libro Verde)
- “Es una nueva manera de hacer negocios, en la cual las empresas tratan de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo; y el impacto social o ambiental de sus actividades”. (OIT)
- “Responsabilidad de una organización por el impacto de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el ambiente, por medio de un comportamiento ético y transparente que es coherente con el desarrollo sostenible y el bienestar de la sociedad, tiene en cuenta las expectativas de las partes involucradas, cumple con las leyes aplicables y es consistente con las normas internacionales de comportamiento, y está integrado en toda la organización. (Norma ISO)

En general las definiciones de RSE la plantean como compromiso voluntario de las empresas, que va más allá del cumplimiento de las leyes, y aunque requiere un interés organizacional por constituir relaciones constructivas con los grupos de interés y contribuir al logro de un desarrollo sostenible, mejora los resultados de la compañía en términos de gestión y competitividad.

Todas estas definiciones además de establecer un concepto también plantean nuevos esquemas para manejar una empresa, así mismo determinan una importante tendencia en el área de la gestión y el management, hasta el punto que en la actualidad ya no solo los círculos empresariales son proclives a uso de este tipo de mecanismos. Entidades del estado, organizaciones sin ánimo de lucro, cooperativas e instituciones académicas cuentan entre sus haberes con esquemas de gestión basados en la RSE.

C. PRINCIPALES INICIATIVAS DE FOMENTO DE LA RSE

Como se mencionó anteriormente desde los años 90 algunos organismos multilaterales y organizaciones internacionales, iniciaron esfuerzos para promover

la gestión de la responsabilidad social de las empresas mediante iniciativas diversas de diversa índole pero todas encaminadas a mostrar los beneficios que para las empresas representaba en comprometerse con una operación y rol más constructivo para la sociedad.

Entre las más importantes iniciativas de fomento de la RSE se destacan:

El Global Reporting Initiative (GRI):

Global Reporting Initiative (GRI) nace en 1997 como iniciativa del Centro Oficial de Colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), su fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. GRI produce un completo [Marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad](#), cuyo uso está muy extendido en todo el mundo. El Marco, que incluye la Guía para la elaboración de Memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social (www.globalreporting.org).

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact):

El Pacto Mundial es un instrumento de Naciones Unidas que fue anunciado por primera vez por el Secretarios General de Naciones Unidas en 1.999, allí las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12,000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. (www.unglobalcompact.org)

La Guía ISO 26000:

La ISO 26000 es una guía realizada por la Organización Internacional de Estandarización en Noviembre de 2010 y tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, año de lanzamiento 2010 reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social definidas en la norma. (Norma ISO)

Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales:

La OCDE publicó el 25 de mayo de 2011 las directrices donde se encuentran las recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en países adherentes o que tienen su sede en ellos. Contienen principios y normas no vinculantes para una conducta empresarial responsable dentro del contexto global, conforme con las leyes aplicables y las normas reconocidas internacionalmente. Las directrices constituyen el único código de conducta empresarial responsable, exhaustivo y acordado multilateralmente, que los gobiernos se han comprometido a promover (OCDE).

D. LA PRÁCTICA DE LA RSE

Después de examinar el concepto y las iniciativas de fomento de la RSE se hace necesario indagar también por la práctica de la RSE, la cual cuenta también con diversas interpretaciones y expresiones como se presentará a continuación y aunque no todas estas se acercan al concepto contemporáneo de la RSE, expuesto anteriormente, si representa un importante panorama de la evolución de este concepto en las empresas del país.

Aunque algunos expertos consideran que el interés de las empresas en Colombia por su responsabilidad social se remonta a la creación del sistema de colombiano de subsidio familiar (Ley 90 de 1946), solo hasta 1995 se hizo un estudio en cabeza del Centro Colombiano de Filantropía y la Universidad de los Andes que tenía como propósito conocer las acciones empresariales que en este sentido se venían realizando a la fecha.

Con este estudio se pudo establecer que entre las expresiones de responsabilidad empresarial más usadas por una muestra de las empresas que hacían parte de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI en ese momento eran las donaciones en efectivo, las donaciones en especie, las donaciones a través de ONG'S o la cofinanciación de proyectos, la creación de fundaciones, el ofrecimiento de préstamos blandos y/o canjes publicitarios (Centro Colombiano de Filantropía, 1995).

Una década más tarde el llamado Centro Colombiano de Filantropía de Colombiano que desde 1998 cambio su nombre por el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial – CREE realizó un investigación con alcance nacional donde también indaga por las acciones que los empresarios reportan como parte de su responsabilidad empresarial, encontrando que entre otras la RSE significa para las empresas trabajar por los empleados (61%) y trabajar por la comunidad (41%)._(Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2005).

De otra parte la ANDI, que realiza desde el 2004 una encuesta anual a su asociados, encontró que un 64% de las empresas respondieron su encuesta contaban con una política formal de RSE en el 2008 y en el 2010 del 73% y que contaban también en un 62% con una persona responsable de la RSE en el 2008 y en un 68% en el 2010, identificando también que la inversión en RSE se ha mantenido en un promedio del 2,6% sobre el porcentaje de las ventas durante los últimos 8 años (Andi)

Con los mencionados estudios es evidente también la evolución de la práctica de la responsabilidad social y las diferentes prácticas que son consideradas como expresiones de RSE, las cuales se pueden para su mejor comprensión dividir en dos grupos (Universidad Externado de Colombia, 2014)

Por un lado están las prácticas empresariales asociadas a actividades de caridad desinteresada, apoyo a obras sociales, donativos y aportes en dinero y especie, incluyendo el trabajo de los colaboradores de la empresa y actividades relacionadas con la promoción de valores y comportamientos de interés social y comunitario, y campañas de promoción de productos relacionados con nobles causas, las cuales se consideran hacen parte de un grupo que vincula este tipo de prácticas y que es denominado Caritativo o Filantrópico (Tradicional) (Universidad Externado de Colombia, 2014).

Por el otro están las prácticas asociadas a las operaciones de las compañías y a sus interacciones y relaciones con los diferentes grupos de interés, las cuales están incluidas en un segundo grupo denominado Operacional (emergente) (Universidad Externado de Colombia, 2014). Entre las acciones puntuales asociados a este grupo están la reducción del impacto en le dio ambiente, el respeto y promoción del respeto a los derechos humanos, las relaciones constructivas con los trabajadores, la luchas contra la corrupción el soborno y las prácticas monopolísticas, y unas relaciones comerciales equitativas y respetuosas con proveedores distribuidores y consumidores.

Estos dos grupos se pueden diferenciar también por los objetivos que persiguen ya que mientras el objetivo principal de las empresas que conforman el primer grupo es obtener utilidades crecientes y compensar a la sociedad aportando en temas de interés social y comunitario, el objetivo del segundo grupo es reducir los efectos negativos de su operación en los grupos de interés o potenciar los positivos (Universidad Externado de Colombia, 2014)



Gráfico 1 Enfoques de RSE. Fuente: Línea de Investigación Gerencia y Responsabilidad Social, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia.

Se puede apreciar como las acciones consideradas como de responsabilidad social por parte de los empresarios en Colombia ya está vinculada a esquemas de RSE que ya son formales en algunas empresas pero que siguen contando con disímiles expresiones que representan el dinamismo del concepto y la práctica de la RSE en Colombia.

E. ALGUNAS TENDENCIAS

Las nuevas tendencias en temas de responsabilidad están trascendiendo más allá de la cadena de suministro y ahora incluye el ciclo de vida justo hasta el producto final por lo cual se hace necesario que los empresario diseñen estrategias que les permitan alinear a los stakeholder para arrojar resultados incluyentes con la responsabilidad social, estas estrategias permiten tener grandes expectativas frente a los cambios que traerá el mercado a producto de estas nuevas estrategias. Entre las nuevas tendencias podemos encontrar:

- **Comercio Justo:** Se define como aquel que, al eliminar intermediarios innecesarios, permite a los productores y a sus familias en el sur, recibir una remuneración suficiente por sus productos, de parte de sus contrapartes, para lograr un adecuado nivel de vida. (Universidad Externado de Colombia, 2014)
- **Suministro responsable:** Según las Naciones Unidas, la sostenibilidad de la cadena de suministro implica la administración de los impactos ambientales, sociales y económicos, y el estímulo de las buenas prácticas de gobernanza, a lo largo del ciclo de vida de bienes y servicios. El objetivo de una cadena de suministro responsable es para ellos “crear, proteger y cultivar el medio ambiente a largo plazo, el valor social y económico para

todas las partes interesadas que participan en llevar productos y servicios al mercado”. (Pacto Mundial ONU, 2010)

- **Análisis de Ciclo de vida:** Es una metodología que busca identificar, cuantificar, interpretar y caracterizar los impactos ambientales potenciales asociados a un producto o servicio, durante todas las etapas de su ciclo de vida, o como muchos autores han denominado: “de la cuna a la tumba”, obteniendo un detallado sistema para analizar la energía requerida para fabricar un producto, sus entradas en términos de materias primas y sus salidas en términos de desechos o residuos finales, bajo el criterio que los recursos naturales no son ilimitados y que normalmente se utilizan más rápido de lo que es posible reemplazarlos o generar materias primas alternativas. (Universidad Externado de Colombia, 2014)

3. MARCO METODOLOGICO.

A. CARÁCTER DEL ESTUDIO

- Este es un estudio de tipo descriptivo y explicativo en el cual se busca inicialmente conocer el comportamiento de las empresas que realizan RSE en el país, de acuerdo a la percepción y a la práctica.
- Los estudios de tipo descriptivo señalan las características y se generalizan fenómenos similares, mediante la exploración y descripción de situaciones; los estudios de tipo explicativo estudia las variables y cómo influyen en otras variables, cuando existe una relación causa – efecto.

B. UNIVERSO

Teniendo en cuenta que no hay información específica respecto al total de empresas que realizan RSE en el país, se catalogó como universo el conjunto de empresas que respondieron haber realizado acciones de RSE en el informe 31 de prácticas empresariales reportado a la Superintendencia Sociedades.

C. FUENTE DE DATOS

Se hace uso de los datos recolectados mediante los componentes de RSE del formulario 31 de prácticas empresariales recolectados anualmente por la Superintendencia de Sociedades del 2011 y 2012.

D. COBERTURA

El estudio se realizó en todos los departamentos del país.

E. TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra fue de censo poblacional que consiste en obtener mediciones del número total de individuos mediante diversas técnicas de recuento. El censo se lleva a cabo a través de la aplicación de un instrumento estandarizado o encuesta a toda la población objetivo, en este caso a las empresas.

F. LIMITACIONES

La principal limitación que tiene este estudio es sobre el alcance respecto al cubrimiento de todo el sector productivo del país ya que la fuente de datos solo incluye a las sociedades mercantiles. Por otro lado existe una situación metodológica respecto a la adecuada recolección de los datos puesto que no todas las empresas respondieron correctamente el formulario

G. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS A UTILIZAR

i. Técnica de recolección de información

Para el logro de los objetivos se utilizaron técnicas de análisis univariado y multivariado.

El análisis univariado se utilizó para desarrollar la etapa descriptiva y se incluyeron medidas de tendencia central y dispersión como son: media, varianza, mediana, máximo, mínimo para las variables cuantitativas y para las variables cualitativas porcentajes y totales.

Para el análisis multivariado que se implementó para la etapa explicativa, en este informe se aplican modelos lineales cuando la variable explicada es cuantitativa y modelos logit cuando se trata de una variable binaria y se realiza la interpretación correspondiente en cada caso.

El análisis multivariado incluye 3 modelos de regresión lineal y 3 modelos logit que dan cuenta de las relaciones entre variables. Los modelos no son de carácter predictivo, pues tienen por objetivo explicar la variable dependiente a partir de las variables independientes, por lo cual los supuestos distribucionales no son de vital importancia.

La recolección estuvo a cargo de la Superintendencia de Sociedades con el formulario 31 que se hace a través de un aplicativo diseñado específicamente para tal fin.

ii. Diseño de instrumento

El instrumento es el componente de la RSE del formulario 31 estandarizado anualmente por la Superintendencia de Sociedades que incluye las siguientes variables:

Eje Temático	Variables	Eje Temático	Variables
Caracterización	Sector	Práctica	Modalidades
	Tamaño		Inversión
	Antigüedad		Gestión
	Rentabilidad		Iniciativas
Percepción	Motivación	Formalidad	Política
	Obstáculos		Cargo
	Beneficios		Presupuesto
			Reporte

Tabla 1 Ejes y variables de la Responsabilidad Social - Elaboración propia

4. RESULTADOS

A. CARACTERIZACIÓN

i. Empresas encuestadas por sector que aplican RSE

De las 7.233 empresas que realizaron acciones de responsabilidad social en el año 2012, el sector de servicios tuvo la mayor participación con un 28,6% (2.067 empresas), seguido por el sector del comercio con 27,8% (2.008 empresas), Manufactura 21,4% (1.545 empresas).

Los sectores con la menor participación fueron construcción 12% (868 empresas), agropecuario 6,9% (497 empresas) y finalmente el sector Minero con una participación del 3,4% (248 empresas).

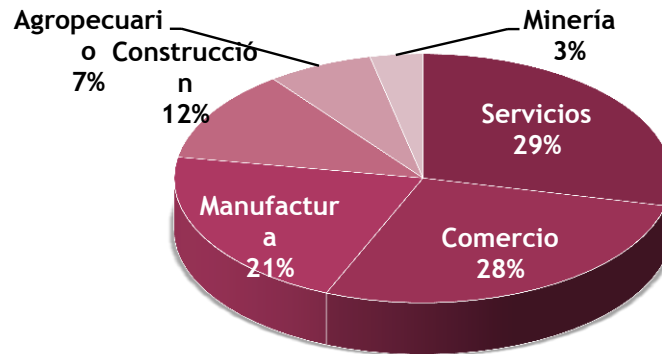


Gráfico 2 Empresas encuestadas por sector que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia

ii. Empresas encuestadas por tamaño que aplican RSE

De las 7.233 empresas que realizan responsabilidad social se tienen los siguientes tamaños:

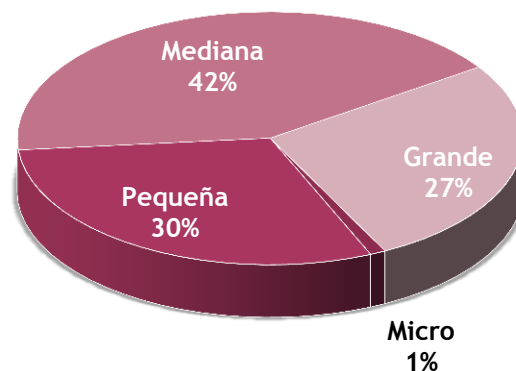


Gráfico 3 Tamaño de empresas que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia

iii. Empresas encuestadas por edad que aplican RSE

De las 7.233 empresas que realizan responsabilidad social en el año 2012, se encuentran en el rango de 1-19 años de antigüedad el 50,23% (3.633 empresas), 20-39 años el 38,37% (2.775 empresas), 40-59 años el 9,65% (698 empresas),

60-79 años el 1,56%(113 empresas), 80-99 años el 0,18% (13 empresas), 100-119 años sólo 1 empresa.

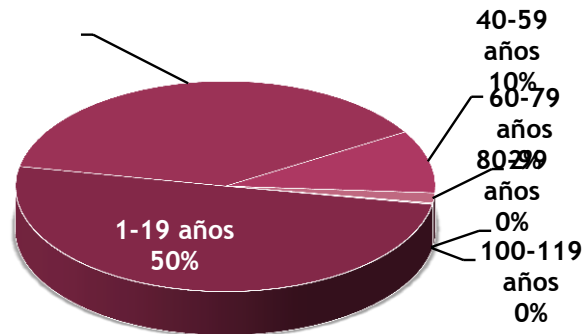


Gráfico 4 Empresas encuestadas por edad que aplican RSE - Fuente: Elaboración propia

iv. Rentabilidad

De las 7.233 empresas que realizan responsabilidad social el 0,01% (1 empresa) presentaron una rentabilidad 1000%, el 1,12% (81 empresas) presentaron rentabilidad de 100% A 1000%, 1,71% (124 empresas) rentabilidad de 75% a 100%, 4,12% (298 empresas) ingresos de 50% a 75%, igualmente se evidencia que el 0,10% (7 empresas) presentaron pérdidas de hasta 1000%.

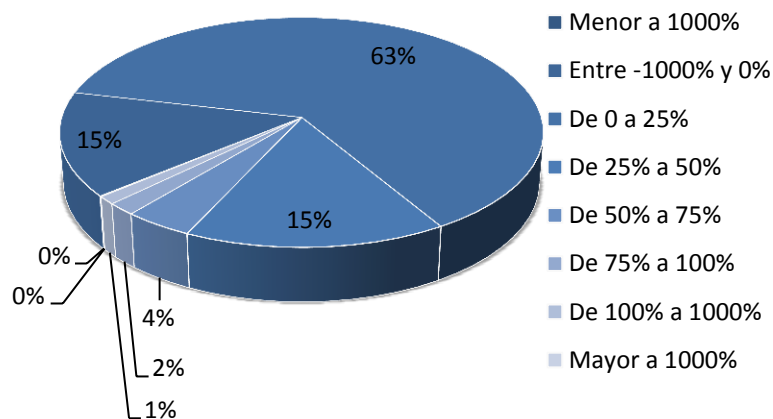


Gráfico 5 Porcentaje de rentabilidad de empresas que invirtieron en RSC - Fuente: Elaboración propia

B. PERCEPCIÓN

Para conocer el pensamiento de los empresarios sobre la RSE se preguntó cuáles son sus motivaciones para realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial, factores que consideran dificultan o impiden que su empresa la implemente prácticas de RSE y los beneficios recibidos por la aplicación de estas prácticas.

i. Motivación

A continuación se encuentran las razones para realizar acciones de responsabilidad social Empresarial:

Opinión	Cumplimiento de las normas y leyes	%	Mayores exigencias de los órganos de control	%	Costumbres operativas y/o comerciales	%	Presión de los competidores.	%	Obligación moral	%	Interés en el aporte social	%	Estrategia competitiva de la empresa	%
De acuerdo	3577	49%	3604	50%	3665	51%	2213	31%	3452	48%	3820	53%	3535	49%
En desacuerdo	400	6%	677	9%	666	9%	1847	26%	241	3%	254	4%	630	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	423	6%	808	11%	978	14%	1431	20%	393	5%	482	7%	917	13%
Totalmente de acuerdo	1716	24%	1071	15%	934	13%	442	6%	2163	30%	1728	24%	1150	16%
Totalmente en desacuerdo	322	4%	278	4%	195	3%	505	7%	189	3%	154	2%	206	3%
No sabe no responde	795	11%	795	11%	795	11%	795	11%	795	11%	795	11%	795	11%
Total empresas	7233		7233		7233		7233		7233		7233		7233	

Tabla 2 Motivaciones de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia

La mayor motivación para realizar prácticas de RSE es el interés en el aporte social con un 53% (3820 empresas), seguido por costumbres operativas y comerciales 51% (3665 empresas) y mayores exigencias de los órganos de control con un 50% (3604 empresas). Podemos evidenciar que para las empresas es importante aportar socialmente a sus grupos de interés, sin embargo, también lo ven como una costumbre o práctica comercial que debe hacer parte de toda organización.

ii. Obstáculos

Dentro de los principales obstáculos para realizar RSE las empresas consideran que en primer lugar está la existencia de desembolsos con un 48% (3437 empresas), seguido por los altos costos 41% (2995 empresas), y por la insuficiente deducción de impuestos con 32% (2297 empresas).

Es decir que los obstáculos principales para las empresas al momento de realizar RSE son por la existencia de desembolsos, y altos costos.

Opinión	Implica desembolsos	%	Es costoso	%	El mercado no lo premia	%	El gobierno no lo exige	%	No genera beneficios financieros económicos	%	No promueve la generación de ingresos	%	No aporta a la estrategia de la compañía	%	La deducción de impuestos es insuficiente	%
De acuerdo	3437	48%	2995	41%	2000	28%	1987	27%	1597	22%	1700	24%	1118	15%	2297	32%
En desacuerdo	1013	14%	1122	16%	2038	28%	1949	27%	2405	33%	2420	33%	2913	40%	1462	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	922	13%	1433	20%	1395	19%	1521	21%	1438	20%	1423	20%	1343	19%	1473	20%
Totalmente de acuerdo	537	7%	417	6%	315	4%	301	4%	215	3%	187	3%	141	2%	684	9%
Totalmente en desacuerdo	321	4%	263	4%	482	7%	472	7%	575	8%	500	7%	715	10%	314	4%
No sabe no responde	1003	14%	1003	14%	1003	14%	1003	14%	1003	14%	1003	14%	1003	14%	1003	14%
	7233		7233		7233		7233		7233		7233		7233		7233	

Tabla 3 Obstáculos de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia

iii. Beneficios

De acuerdo a la información recopilada la mayoría de las empresas reciben beneficios especialmente en el mejoramiento de las relaciones con los empleados con un 57% (4.153 empresas), el mejoramiento de la imagen y la reputación 54% (3.925 empresas), mejoramiento de las relaciones con vecinos 49% (3.550 empresas) y mejoramiento de las relaciones de abastecimientos 44% (3.176 empresas).

Los aspectos significativos para las empresas percibidos como beneficios al momento de realizar prácticas de RSE son el mejoramiento de las relaciones con los empleados, mejoramiento de imagen y reputación.

Item	Buenos beneficios	%	Deficientes beneficios	%	Excelentes beneficios	%	No hay beneficios	%	regulares beneficios	%	Total empresas
Aumento de las ventas.	1638	23%	199	3%	138	2%	4556	63%	702	10%	7233
Reducción de costos.	1406	19%	241	3%	79	1%	4731	65%	776	11%	7233
Reducción de gastos.	1383	19%	283	4%	77	1%	4630	64%	860	12%	7233
Mejoramiento de las relaciones con empleados	4153	57%	115	2%	896	12%	1524	21%	545	8%	7233
Mejoramiento de las relaciones con gobierno y autoridades.	2901	40%	229	3%	452	6%	3077	43%	574	8%	7233
Mejoramiento de las relaciones de abastecimientos (prove /distr)	3176	44%	191	3%	361	5%	2821	39%	684	9%	7233
Mejoramiento de la imagen y la reputación.	3925	54%	157	2%	1012	14%	1589	22%	551	8%	7234
Mejoramiento de las relaciones con vecinos	3550	49%	144	2%	557	8%	2465	34%	517	7%	7233
Valoración de inversiones.	1432	17%	174	2%	1563	18%	5012	58%	452	5%	8633
Diferenciación	2168	30%	220	3%	309	4%	3970	55%	566	8%	7233
Aumento de la fidelidad de los clientes.	2912	40%	220	3%	480	7%	2914	40%	707	10%	7233
Facilidad para acceder a fuentes de financiamiento.	1916	26%	199	3%	365	5%	4253	59%	500	7%	7233
Reducción de los riesgos de operación.	2717	38%	207	3%	390	5%	3293	46%	626	9%	7233
Facilidad para acceder a mercados internacionales	1522	21%	183	3%	257	4%	4841	67%	430	6%	7233

Tabla 4 Beneficios de los empresarios para realizar RSE - Fuente: Elaboración propia

C. PRÁCTICAS

Después de analizada la percepción frente al concepto de RSE entraremos a hablar sobre las prácticas de RSE frente a las modalidades, inversión, métodos de aplicación e iniciativas se les preguntó a las empresas si realizan o no inversiones, que modalidades utilizan, los métodos de cómo son aplicadas y que iniciativas realizan con mayor frecuencia.

i. Que modalidades realiza de RSE

Dentro de las modalidades de RSE más realizadas por los empresarios se encuentran: Derechos humanos con un 96,86%, Clientes y consumidores 96,35%, medio ambiente 93,88 proveedores y distribuidores 93,70 y aspecto laboral con 93,68%.

Las modalidades que menos se realizan son: Mercadeo con causa 35,21%, mercadeo social 41,79%, voluntariados 44,14%, aportes económicos 53,52%, proyectos sociales y comunitarios con 59,96%.

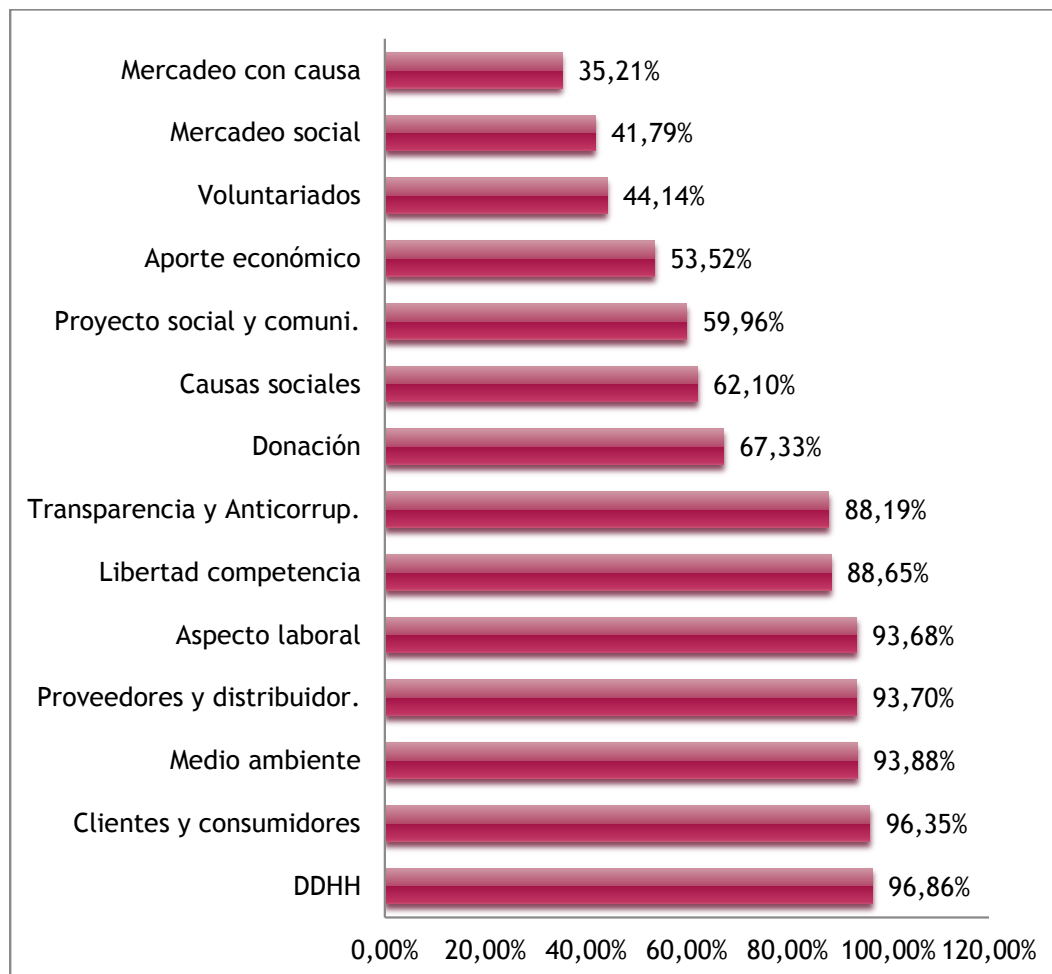


Gráfico 6 Modalidades de ejecución de las actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia

ii. Invierte dinero en acciones de RSE

Las empresas que invierten dinero en acciones de RSE son del 21% del total encuestado correspondiente a 1.497 empresas, el 79% de las empresas no invierten dinero en acciones de RSE.

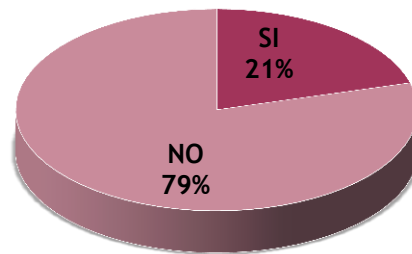


Gráfico 7 Porcentaje de inversión en acciones de RSE - Fuente: Elaboración propia

iii. Método de Aplicación

Dentro de los métodos de aplicación se encontró que las empresas realizan de manera esporádica e intuitiva con un 51% (3680 empresas), y de manera planeada y periódica 18% (1270 empresas) en acciones de RSE; sin embargo, una cantidad significativa de empresas no aplica ninguno de los métodos de RSE mencionados correspondiente al 20% (1425 empresas) del total de las empresas encuestadas.

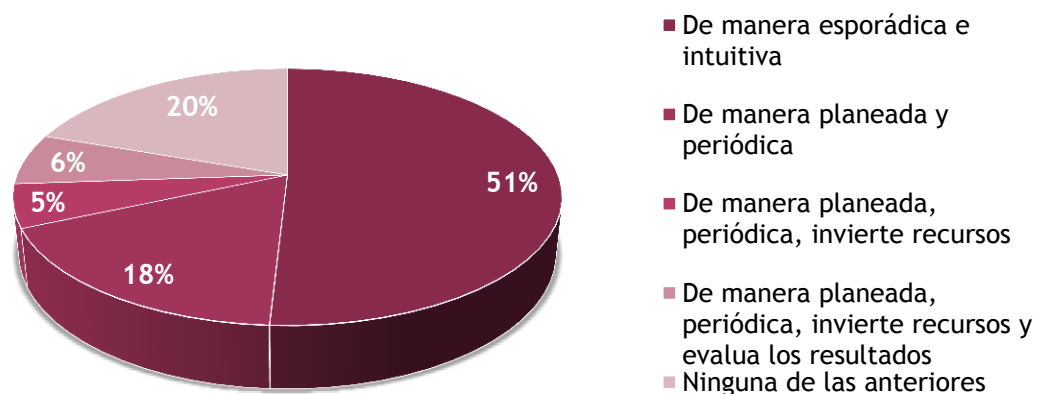


Gráfico 8 Métodos de aplicación de RSE - Fuente: Elaboración propia

iv. Iniciativas

De las 7.233 empresas encuestadas, la principal iniciativa en RSE que tienen son Las Técnicas (ISO 9000, 14000, 18000, SA 8000, SG21, etc.) correspondiente al 35% (2.524 empresas), seguido por Capacitación en RSE con un 14% (977 empresas) y Asesoría o Consultoría institucional con 11% (786 empresas).

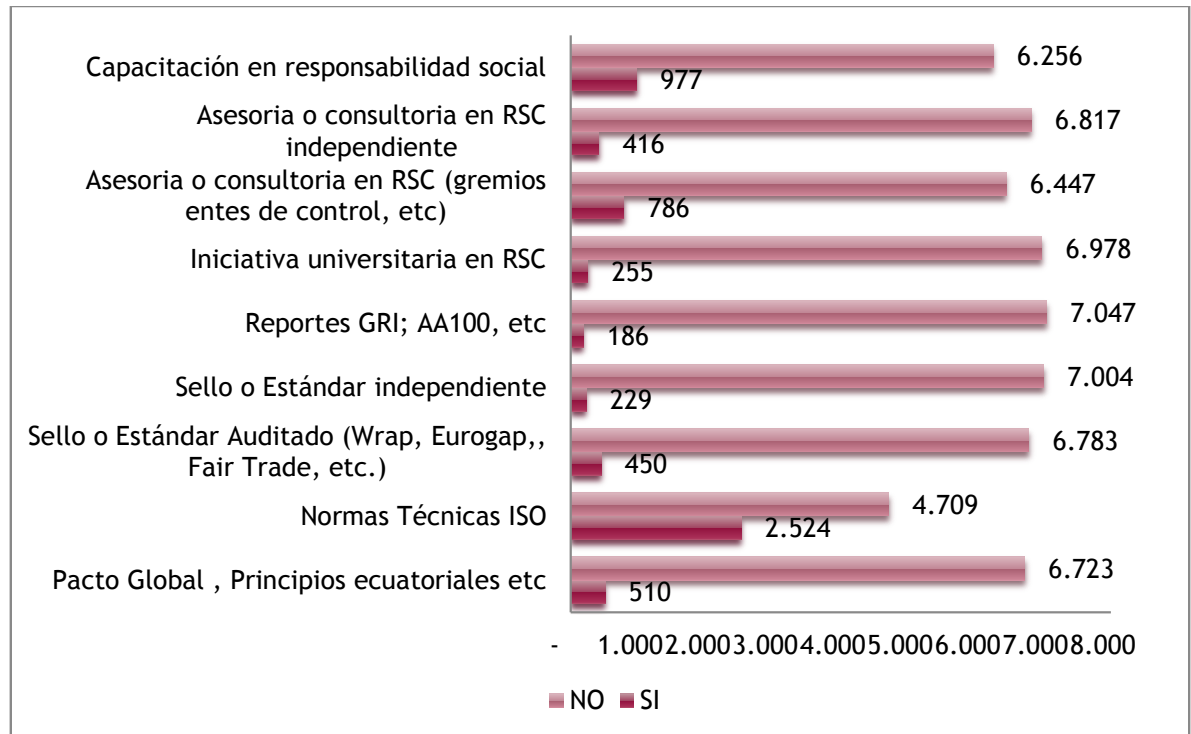


Gráfico 9 Iniciativas de RSE - Fuente: Elaboración propia

D. FORMALIDAD

Para analizar la formalidad de las prácticas que tienen las empresas frente al tema de la Responsabilidad Social Empresarial se les preguntó a los empresarios si contaban con políticas de RSE debidamente formalizadas, con un cargo establecido que tenga la función de desarrollar las actividades correspondientes, si cuentan con presupuesto para desarrollar acciones y si la empresa realiza periódicamente un balance social, reporte de sostenibilidad o informe de responsabilidad social.

i. Política

El 19% (1.344) de las empresas encuestadas están implementando políticas de RSE debidamente formalizadas, se evidencia que el mayor porcentaje de las empresas no están implementando políticas de RSE debidamente formalizadas que corresponde al 81% del total encuestado (5.888 empresas)

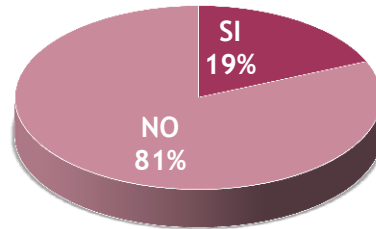


Gráfico 10 Implementación de políticas de RSE - Fuente: Elaboración propia

ii. Cargo de RSE

Las empresas socialmente responsables que están enfocando sus esfuerzos en la contratación de personas dedicadas para exclusivamente la implementación de acciones de RSE corresponden al 19% (1.346 empresas) del total encuestado.

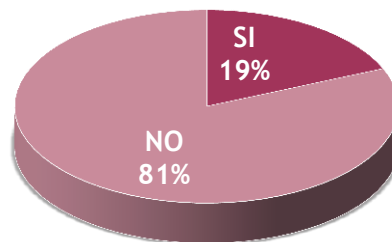


Gráfico 11 Asignación de un cargo para actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia

iii. Presupuesto

De las empresas encuestas el 15% (1.114 empresas) afirman que cuentan con presupuesto para realizar acciones de RSE, por lo tanto se evidencia que la mayoría de las empresas del país no cuentan con presupuesto para realizar acciones de RSE.

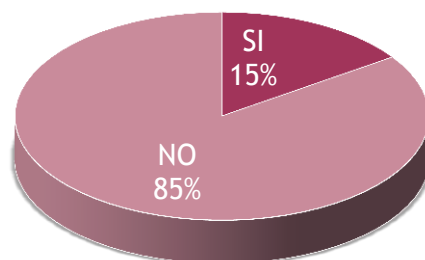


Gráfico 12 Asignación de presupuesto para actividades de RSE - Fuente: Elaboración propia

iv. Reporte de RSE

Del total de la muestra, el 15% (1.078) empresas generan un balance social, reporte de sostenibilidad o informe de responsabilidad social.

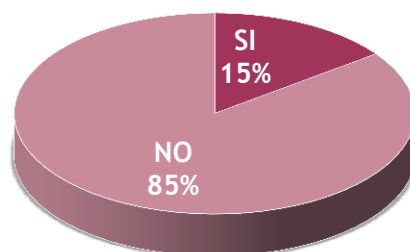


Gráfico 13 Empresas que presentan reportes de RSE - Fuente: Elaboración propia

E. ANÁLISIS MULTIVARIADO INFERENCIAL

Para este tipo de análisis se realizaron 6 modelos de regresión estadísticos, los cuales permiten interpretar la información de manera relacional de acuerdo a las variables previamente seleccionadas desde la caracterización con el fin de prevenir imprecisiones. A continuación veremos los siguientes:

i. Rentabilidad y Modalidad

Este modelo relaciona la rentabilidad de las empresas con las diferentes modalidades en las que se realizan actividades de RSE, obteniendo como resultado que las modalidades de clientes y consumidores, derechos humanos y

medio ambiente tienen una alta incidencia en la rentabilidad de acuerdo a los resultados arrojados por el modelo estadístico.

```
lm(formula = Rentabilidad ~ pm1 + pm2 + pm3 + pm4 + pm5 + pm6 + pm7 +
    pm8 + pm9 + pm10 + pm11 + pm12 + pm13 + pm14)
```

Equivalencia de las variables: pm1: medio ambiente, pm2: aporte económico, pm3: derechos humanos, pm4: laboral, pm5 transparencia; pm6 competencia, pm7: proveedores, pm8: clientes y consumidores, pm9: proyectos productivos, pm10: fundaciones y donaciones, pm11: mercadeo social, pm12 apoyo causas nobles, pm13: mercadeo con causa, pm14: voluntariados.

	Coeficiente	Error estándar	t valor	Prob(> t)
(Intercept)	0.016217	0.064839	0.250	0.80251
pm1	.013562	0.036976	0.367	0.71379
pm2	0.003756	0.022752	0.165	0.86890
pm3	0.179475	0.055188	3.252	0.00115**
pm4	-0.018543	0.041736	-0.444	0.65684
pm5	-0.021106	0.032368	-0.652	0.51438
pm6	-0.052645	0.035002	-1.504	0.13261
pm7	0.027519	0.046611	0.590	0.55495
pm8	-0.029053	0.058761	-0.494	0.62102
pm9	-0.044864	0.025101	-1.787	0.07392
pm10	0.065734	0.023545	2.792	0.00526 **

pm11	0.034632	0.024621	1.407	0.15958
pm12	-0.036295	0.026274	-1.381	0.16719
pm13	-0.002210	0.024597	-0.090	0.92840
pm14	-0.024492	0.023255	-1.053	0.29228

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Multiple R-squared: 0.004018

Adjusted R-squared: 0.002086

F-statistic: 2.08

Tabla 5 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la modalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia

ii. Rentabilidad y Formalidad

Este modelo relaciona la rentabilidad de las empresas con las variables de formalidad. Para este modelo se usaron las variables de caracterización con el ánimo de en lo posible factores de confusión y relaciones ilegítimas. De manera relevante se observa que sólo las empresas que tienen un presupuesto asignado para RSE tienen una alta incidencia significativa la rentabilidad de las empresas.

lm(formula = Rentabilidad ~ Política + Cargo + Reporte + Presupuesto + Sector + Tamaño + Edad)

	Coeficiente	Error estándar	t valor	Prob(> t)
(Intercept)	-0.0603961	0.0451293	-1.338	0.180843
Política	0.0474773	0.0289936	1.638	0.101569
Cargo	-0.0174412	0.0293610	-0.594	0.552514
Reporte	0.0024478	0.0312217	0.078	0.937511

Presupuesto	0.0617838	0.0296422	2.084	0.037166 *
SectorComercio	0.1654864	0.0396162	4.177	2.99e-05 ***
SectorConstruccion	0.1826446	0.0445485	4.100	4.18e-05 ***
SectorManufactura	0.1234469	0.0407401	3.030	0.002453 **
SectorMineria	0.1333895	0.0614120	2.172	0.029885*
SectorServicios	0.1449398	0.0394729	3.672	0.000243 ***
TamanoMediana	0.0537778	0.0238560	2.254	0.024209 *
TamanoPequena	0.0397247	0.0262119	1.516	0.129684
TamanoMicro	-0.4205419	0.0975666	-4.310	1.65e-05 ***
Edad	-0.0005214	0.0007207	-0.723	0.469430

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Multiple R-squared: 0.008018

Adjusted R-squared: 0.006232

F-statistic: 4.488

p-value: 1.118e-07

Tabla 6 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la formalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia

iii. Rentabilidad e Inversión

La relación entre la rentabilidad y la inversión en RSE de las empresas queda explicada en este modelo ya que se usan las variables de caracterización para evitar en lo posible factores de confusión y relaciones indirectas. Las empresas que invierten en acciones de RSE tienen en promedio una rentabilidad 6.9% más alta que las que no lo hacen. Es posible afirmar que invertir en RSE aumenta en un 6.9% la rentabilidad de una empresa.

lm(formula = Rentabilidad ~ Inversión + Sector + Tamaño + Edad)

	Coeficiente	Error estándar	t valor	Prob(> t)
(Intercept)	-0.0562614	0.0445330	-1.263	0.20650
InversionSí	0.0696099	0.0237479	2.931	0.00339 **
SectorComercio	0.1627886	0.0395137	4.120	3.83e-05 ***
SectorConstruccion	0.1843091	0.0444761	4.144	3.45e-05 ***
SectorManufactura	0.1188600	0.0406813	2.922	0.00349 **
SectorMineria	0.1355116	0.0613313	2.210	0.02717 *
SectorServicios	0.1458101	0.0394459	3.696	0.00022 ***
TamanoMediana	0.0514079	0.0236157	2.177	0.02952 *
TamanoPequena	0.0412368	0.0259897	1.587	0.11263
TamanoMicro	-0.4175807	0.0974895	-4.283	1.86e-05 ***
Edad	-0.0005828	0.0007216	-0.808	0.41930

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Multiple R-squared: 0.007665

Adjusted R-squared: 0.00629

F-statistic: 5.578

p-value: 2.442e-08

Tabla 7 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la inversión de RSE - Fuente: Elaboración propia

iv. Inversión y Formalidad

La relación entre inversión y formalidad queda explicada en este modelo logit. Se usan también las variables de caracterización para evitar en lo posible factores de confusión y relaciones indirectas. Es claro que todas las variables de formalidad tienen incidencia positiva en la inversión.

```
glm(formula = Inversión ~ Política + Cargo + Reporte + Presupuesto + Sector +
      Tamaño + Edad, family = "binomial")
```

		Coeficiente	Error estándar	Z valor	Prob(> z)
(Intercept)	-	1.909576	0.154321	-12.374	< 2e-16 ***
Política		0.732679	0.085379	8.581	< 2e-16 ***
Cargo		0.539988	0.086678	6.230	4.67e-10 ***
Reporte		0.784615	0.090022	8.716	< 2e-16 ***
Presupuesto		1.091609	0.084955	12.849	< 2e-16 ***
SectorComercio		0.008422	0.138880	0.061	0.95165
SectorConstruccion		-0.088825	0.157122	-0.565	0.57185
SectorManufactura		0.257674	0.138639	1.859	0.06308
SectorMineria		0.426435	0.201516	2.116	0.03433 *
SectorServicios		-0.178717	0.138686	-1.289	0.19752
TamanoMediana		-0.386459	0.076647	-5.042	4.61e-07 ***
TamanoPequena		-1.026312	0.097378	-10.539	< 2e-16 ***
TamanoMicro		-1.432928	0.529284	-2.707	0.00678 **
Edad		0.010541	0.002424	4.348	1.37e-05 ***

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 7376.4 on 7232 degrees of freedom

Residual deviance: 5867.1 on 7219 degrees of freedom

AIC: 5895.1

Number of Fisher Scoring iterations: 5

Tabla 8 Análisis estadístico de la rentabilidad en relación a la formalidad de RSE - Fuente: Elaboración propia

v. Inversión y Caracterización

El modelo explica como inciden las características primordiales de la empresa en la inversión. Tanto el sector como el tamaño y la antigüedad tienen una incidencia significativa en la inversión.

Las empresas del sector de minería son más propensas a invertir que las del sector agropecuario, construcción y manufactura; que a su vez son más propensas a invertir en acciones de RSE que las de comercio y servicios. Así mismo se deduce que, a medida que aumenta su tamaño y su antigüedad, las empresas tienden más a invertir en acciones de RSE.

```
glm(formula = Inversión ~ Sector + Tamaño + Edad, family = "binomial")
```

	Coeficiente	Error estándar	Z valor	Prob(> z)
(Intercept)	-0.814312	0.132918	-6.126	8.99e-10***
SectorComercio	-0.268946	0.125291	-2.147	0.031828 *
SectorConstruccion	-0.147064	0.141411	-1.040	0.298351
SectorManufactura	0.140734	0.124256	1.133	0.257378
SectorMineria	0.637075	0.176673	3.606	0.000311 ***
SectorServicios	-0.272496	0.125078	-2.179	0.029361 *
TamanoMediana	-0.769165	0.068053	-11.302	< 2e-16 ***
TamanoPequena	-1.509886	0.088971	-16.971	< 2e-16 ***
TamanoMicro	-1.996590	0.519184	-3.846	0.000120 ***
Edad	0.011074	0.002166	-- 5.112 ***	3.19e-07***

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 7376.4 on 7232 degrees of freedom

Residual deviance: 6817.7 on 7223 degrees of freedom

AIC: 6837.7

Number of Fisher Scoring iterations: 5

Tabla 9 Análisis estadístico de la inversión en relación a la caracterización de RSE - Fuente: Elaboración propia

vi. Presupuesto y caracterización

El modelo explica como inciden las características primordiales de la empresa en la designación de un presupuesto para RSE. Tanto el sector como el tamaño tienen una incidencia significativa en la designación del presupuesto.

Las empresas del sector de minería son más propensas a tener presupuesto que las de los sectores agropecuario, construcción, servicios y manufactura; que a su vez son más propensas a designar un presupuesto que las de comercio. Así mismo se deduce que, a medida que aumenta su tamaño, las empresas tienden más a designar un presupuesto para acciones de RSE.

```
glm(formula = Presupuesto ~ Sector + Tamaño + Edad, family = "binomial")
```

	Coeficiente	Error estándar	Z valor	Prob(> z)
(Intercept)	-0.905753	0.144598	-6.264	3.75e-10 ***
SectorComercio	-0.423733	0.137939	-3.072	0.002127 **
SectorConstruccion	-0.131031	0.152566	-0.859	0.390424
SectorManufactura	-0.180470	0.137403	-1.313	0.189036
SectorMineria	0.564970	0.187173	3.018	0.002541 **
SectorServicios	-0.191184	0.134960	-1.417	0.156602
TamanoMediana	-0.942385	0.077364	-12.181	< 2e-16 ***
TamanoPequena	-1.172521	0.091296	-12.843	< 2e-16 ***
TamanoMicro	-2.013562	0.593773	-3.391	0.000696 ***
Edad	0.003262	0.002421	1.347	0.177926

Signif. codes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 6214.8 on 7232 degrees of freedom

Residual deviance: 5906.8 on 7223 degrees of freedom

AIC: 5926.8

Number of Fisher Scoring iterations: 5

Tabla 10 Análisis estadístico del presupuesto en relación a la caracterización de RSE – Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Con este documento se pretende contribuir a ampliar el conocimiento sobre la responsabilidad social en el país, analizando la percepción, la práctica y la formalidad con que las sociedades mercantiles Colombianas aplican la RSE y cuál es la relación de estas con los resultados del negocio. A continuación se presentan las principales conclusiones:

De acuerdo a las respuestas entregadas por las empresas las mayores motivaciones para realizar actividades de RSC son el interés por realizar un aporte social, seguido por costumbres operativas y comerciales y las exigencias de los órganos de control, estas motivaciones se encuentran reforzadas por los beneficios producto del desarrollo de las actividades de RSC tales como el mejoramiento de las relaciones con los empleados, proveedores y vecinos.

No obstante entre los obstáculos que encuentran los empresarios esta la existencia de desembolsos, altos costos de ejecución y una insuficiente deducción de impuestos lo que va en contra de la lógica de eficiencia administrativa y financiera de las empresas.

Frente a la práctica, entre las modalidades de RSE más realizadas por los empresarios se encuentran las acciones que promueven el respeto por los derechos humanos con un 96,86%, las relaciones respetuosas con clientes y/o consumidores con un 96,35%, el cuidado al medio ambiente con un 93,88, las relaciones respetuosas con proveedores y distribuidores con un 93,70 y las relaciones constructivas con los trabajadores con 93,68%, toda vez que son estas modalidades las que impactan principalmente las relaciones con las partes interesadas y que hacen parte del grupo No 2. Mientras que las modalidades del grupo 1, como mercadeo con causa, mercadeo social, voluntariados, aportes económicos, apoyo a causas sociales y donaciones, son las usadas con menos frecuencia.

Estas modalidades se ejecutan teniendo en cuenta que solo el 21% de los empresarios realizan inversiones en actividades de RSC y que en su mayoría estas actividades se realizan de manera esporádica e intuitiva lo cual no permite realizar un seguimiento a los impactos realizados por la inversión.

Entre las iniciativas asociadas a la responsabilidad social con que con mayor frecuencia las empresas se vinculan esta las relacionadas con las normas técnicas tales como las ISO 8.000 o 14.000 con un 35%, seguido por capacitaciones en RSE con un 14% y la contratación de asesorías y consultorías en RSE en un 11%.

Respecto a la formalidad el 19% de las empresas encuestadas en Colombia cuentan con un cargo asignado a para realizar las labores de RSE y el 19 % cuenta con políticas definidas para el desarrollo de las actividades de RSE; además tan solo el 15% de las empresas asignan un presupuesto específico para el desarrollo de las estrategias y un 15% realzan un reporte de responsabilidad social o sostenibilidad. Lo que hace evidente que aún persiste un alto nivel de formalidad en la práctica de la RSE en el país.

Por otro lado también se pudo establecer que aunque la modalidad usada para las prácticas de RSE no es un factor determinante en la rentabilidad de la compañía, las modalidades con mayor incidencia de manera positiva en la rentabilidad son las modalidades de respeto y promoción del respeto de los derechos humanos y las de la realización de donaciones, mientras que la realización de proyectos sociales y comunitarios la afecta de manera negativa.

Igualmente se estableció que existe una relación significativa entre la rentabilidad y la inversión y que las empresas que realizan inversión en RSE tienen una rentabilidad 6,9% superior frente a las compañías que no lo hacen y que las empresas con mayor formalidad son quienes presentan mayor interés a invertir en RSE.

También se encontró que aunque de manera global la relación existente entre la rentabilidad y formalidad no es significativa, la asignación de un presupuesto para actividades de RSC puede generar un mejoramiento de la rentabilidad promedio en 6,1%.

En cuanto a la caracterización se encontró que los sectores que más realizan inversión en RSE están en primer lugar el minero, en lugar intermedio los sectores, agropecuario, construcción y manufactura y en tercer lugar están los sectores de comercio y servicios.

El sector minero es el más propenso que los sectores, agropecuario, construcción, servicios y manufactura para contar con un presupuesto asignado a las acciones de RSE; y estos a su vez son más propensos que el sector comercio para hacerlo.

Frente al tamaño y a la antigüedad se encontró que a las empresas a medida que tienen más tamaño y son más antiguas desarrollan más actividades de RSE, no obstante la asignación de presupuesto solo se ve reflejado en las empresas de mayor tamaño.

Y como se vio anteriormente aunque las empresas tienen la percepción que la RSE no genera muchos beneficios económicos y si costos y gastos sin embargo los resultados de este estudio demuestran lo contrario y que la percepción de las empresas es infundada.

Finalmente se puede concluir que la situación de la Responsabilidad Social en Colombia está motivada por el interés de aportar a la sociedad o por exigencias comerciales y legales, a pesar de la percepción de que los beneficios solo son intangibles e implica altos desembolsos. Que la práctica aunque es bastante informal comienza a centrar sus esfuerzos en acciones asociadas a la reducción del impacto de la actividad productiva y que pese a la percepción de los empresarios se encuentra evidencia significativa que la inversión en RSE soportada en la formalidad, en especial con la asignación de presupuestos, genera una mayor rentabilidad para las compañías y que las empresas entre más tamaño y antigüedad tengan desarrollan más actividades de RSE en especial en el sector de la minería.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Andi. (s.f.). *www.andi.com.co*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2012, de http://www.andi.com.co/Archivos/2010/Comunicados/Docs/ANDI_Encuesta_RSE_2008-2009_20100120_083723.pdf,
- Centro Colombiano de Filantropía, U. d.–A. (1995). *Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Resultado de una Investigación*. Centro Colombiano de Filantropía, Asociación Nacional de Industriales – ANDI, Fundación Social.
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, C. c. (2005). *Memorias Primer Foro de Responsabilidad Social para Presidentes y Líderes Empresariales*. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, Compartamos con Colombia, Fundación Codespa, PNUD.
- Colmenares, S. (2011). *Del Hacha al Microchip. Hacia una civilización planetaria*. Bogota: Ediciones Aurora.
- Dominguez, M. (2008). La responsabilidad social empresarial (RSGE):El sector privado y la lucha contra la pobreza. *Revista del Ministerio de Trabajo y asuntos sociales*, 76.
- Empresas colombianas mantienen la inversión en responsabilidad social*. (5 de Septiembre de 2012). Obtenido de http://www.andi.com.co/pages/noticias/noticia_detalle.aspx?IdNews=224
- Fernández, G. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social*. Madrid: Tomsom editores.
- Flórez, J. S. (s.f.). <http://www.webislam.com/?idt=7134>. Recuperado el 5 de Mayo de 2015
- Freeman, R. (1984). *Strategic management*. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Magazine*, 45.
- Heywood, B. (2002). El dilema del outsourcing, la búsqueda de la competitividad. En *Financial Times*. Madrid: Prentice Hall.
- Porter & Kramer, M. E. (2006). *Strategy & Society*. *Harvard Business Review* .
- Libro Verde*. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.

Norma ISO. Organización Internacional de Estandarización, Ginebra - Suiza.

OCDE, O. p. (s.f.). *http://www.oecd.org/*. Recuperado el 7 de Junio de 2015, de *http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/*

Pacto Mundial ONU, R. E. (2010). *La empresa y su cadena de suministro : Una alternativa de gestión.* 1-37.

Robins, R. (26 de Mayo de 2011). *http://www.environmentalleader.com*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de *http://www.environmentalleader.com/2011/05/26/does-corporate-social-responsibility-increase-profits/*

Services, I. G. (2008). *Attaining sustainable growth through corporate social responsibility.* Somers, NY 10589, USA.

Universidad Externado de Colombia, C. R. (2014). *Administración responsable de la cadena de suministro :CONtribución de América Latina y el Caribe al Suministro Responsable.* Bogotá.

World Business Council for Sustainable Development. (25 de Julio de 2015). Obtenido de *http://www.wbcsd.org/home.aspx*

www.globalreporting.org. (s.f.). Recuperado el 7 de Junio de 2015, de *https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx*

www.unglobalcompact.org. (s.f.). Recuperado el 7 de junio de 2015, de *https://www.unglobalcompact.org/about*

Yepes, G. (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial, Fundamentos y Aplicación en las Organizaciones de Hoy.* Bogotá: Ed Universidad Externado de Colombia.