

3

Efectos de la responsabilidad social en empresas manufactureras zona franca departamento del Cauca-Colombia

*Torres Valdivieso María Eugenia¹
Cajigas Romero Margot²*

Resumen

La experiencia investigativa giro en torno a conocer los efectos reales obtenidos por las empresas en el ámbito de la Responsabilidad social, al implementar programas en beneficio de sus grupos de interés. Para tal fin, se seleccionaron empresas manufactureras ubicada de la zona franca del departamento del Cauca y constituidas bajo La Ley Páez, la cual fue aprobada constitucionalmente en Colombia el año 1995, con el propósito de contrarrestar los efectos ambientales, sociales y económicos generados por el devastador sismo ocurrido en junio de 1994. Para lo cual, se utilizó como metodología el estudio de casos en cinco empresas grandes de la zona, como soporte para el desarrollo investigativo se integró aspectos relevantes de la pasantía investigativa realizada en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de

1. Universidad Autónoma de Occidente.

2. Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Nacional de Colombia.

la Universidad Autónoma de Occidente³. Se encontró como resultado general en las empresas en estudio, que los programas de responsabilidad social se encuentran dirigidos principalmente al grupo de interés interno; es decir en beneficio de sus trabajadores. Además las empresas tienen claro que el efecto de sus inversiones en Responsabilidad Social se ve reflejado en el aumento de sus niveles de ventas de sus productos o servicios.

Palabras claves: responsabilidad social, efectos, grupos de interés.

Abstract

The research experience turn around to know the real effects obtained by the companies in the field of social responsibility, to implement programs for the benefit of its stakeholders. However, manufacturers located in the free zone of Cauca and incorporated under the Paez Act, which was passed constitutionally in Colombia in 1995, in order to counter act the environmental, social and economic effects generated were selected by the devastating earthquake in June 1994. For that, the case study was used as a methodology in five large companies in the area such as support for research development relevant aspects of the research internship held at the Faculty of Economics and joined Management of the University Autónoma de Occidente. It was found as a general result in companies being studied, the social responsibility programs are aimed mainly at employment interest group; It is the benefit of their workers. In addition, the companies are clear that to the effect of it is investments in social responsibility is reflected in to increasing levels of sales of their products or services.

Keywords: social responsibility, purpose, interest groups.

3. Colaboradores Pedro Nel González Rincón y Carolina Zapata Gallo, como pasantes investigadores.

Introducción

La Organización Internacional del Trabajo indica que la responsabilidad social de la empresa (RSE) “el reflejo de la manera en que las organizaciones toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores”. Por esta razón, las organizaciones hoy en día no pueden ser ajenas a la realidad del entorno en el cual interactúan y han intentado tener un papel más responsable con la sociedad a través de la inversión de recursos que contribuyan al bienestar y calidad de vida de sus trabajadores y la comunidad que las rodea.

Concordante con lo anterior, fue que la Ley Páez (Ley 218 de 1995), generó todas las condiciones para promover la llegada de empresarios e inversionistas al Departamento del Cauca, específicamente en las regiones de Caloto, Guachené, Villarrica, Puerto Tejada y Santander de Quilichao; a las cuales les otorgaron diferentes incentivos tributarios de carácter. De esta forma se dinamizó la actividad industrial, desencadenando así transformaciones en los sistemas productivos como en la economía de la región.

Cuando una empresa es rentable no solo produce un retorno para sus dueños o accionistas, sino que también genera consecuencias sociales muy deseables, tales como lo indica (Gómez, 2004): oportunidades de empleo; provisión de bienes y servicios valiosos para la sociedad; utilidades económicas que el Estado puede gravar y con el producto de esos impuestos mantener a los empleados trabajando, desarrollar la infraestructura, el capital humano, proveer servicios de salud, seguridad social y otros necesarios para mejorar el desarrollo social. Lo anterior se refleja, en muchas de las industrias asentadas en esta región, ya que ellas desarrollan diferentes programas RSE con los cuales buscan desempeñar un rol social activo y llevar beneficios a sus diferentes grupos de interés. En este punto, es importante destacar las fases secuenciales llevadas a cabo: se contactó a gerentes de las empresas o en su defecto el representante del área o encargado de la Responsabilidad Social, para poder realizar la correspondiente caracterización de las cinco empresas en estudio; además de esta forma se

conocieron las acciones responsables que realizan y a través de su análisis se determinó los efectos percibidos.

Fundamentación teórica

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

La Teoría de la actuación social de la empresa. Para Rodríguez, J. (2007), esta teoría se enmarca en: La idea de la responsabilidad social, surge de considerar a la empresa dentro de la sociedad no solo produciendo efectos económicos, sino también sociales; lo cual orienta a producir menos daño y los resultados serán más beneficiosos para la gente y la sociedad.

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

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

Tabla 1
Teorías y enfoques de la responsabilidad social empresarial

Teoría	Enfoque	Autores
Instrumentales (enfocadas en lograr objetivos económicos a través de actividades sociales)	Maximización del valor del accionista	Friedman (1970), Jensen (2000)
	Estrategias para las ventajas competitivas	Porter y Kramer (2002) Hart (1995), Litz (1996) Parlad y Hammond (2002), Hart y Christensen (2002)
Teorías políticas (enfoque en el uso responsable del poder por parte de las empresas en la área política)	Constitucionalismo corporativo	Davis (1960, 1967)
	Teoría del contrato social integral	Donaldson y Dunfee (1994, 1999)
	Ciudadanía corporativa (empresarial)	Wood y Lodgson (2002), Andriof y McIntosh (2001) Matten y Crane (en prensa)
Teorías integrales (enfocadas a la integración de las demanda sociales)	Management de asuntos	Sethi (1975), Ackerman (1973), Jones (1980), Vogel (1986), Wartick y Mahon (1994)
	Management de Stakeholders	Mitchell et al. (1997), Agle y Mitchell(1999), Rowley (1997)
	Desempeño social corporativo	Carroll (1979), Wartick y Cochran (1985), Wood (1991b) Swanson (1995)
Teorías éticas (Enfocadas en hacer lo correcto para obtener una sociedad buena)	Teoría normativa de Stakeholders	Freeman (1984, 1994), Evan y Freeman (1988), Donaldson y Preston (1995), Freeman y Philips (2002), Philips (2003)
	Desarrollo sostenible	Comisión Mundial de de Desarrollo y Medio Ambiente (Reporte de Brutland) (1987), Gladwin y Kennelly (1995)
	El bien común	Alford y Naughton (2002), Melé (2002), Kaku (1997)

Fuente: adaptado de Garriga, Elisabet, y Melé, Domènec. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*, pp. 51-71.

El concepto y aspectos sobre su evolución histórica. Aunque el concepto de Responsabilidad social es relativamente novedoso, según Melling y Jensen (2002), sus raíces se identifican en las diversas concepciones acerca de la gestión empresarial de las décadas del cincuenta y el sesenta que existen en los archivos de Estados Unidos. En

ellos la responsabilidad social era considerada una obligación moral y una responsabilidad personal del empresario. Es así como Carroll (1999) hace un recorrido por las transformaciones que ha sufrido el término desde los años cincuenta. Carroll, a diferencia de Lozano y Soler (2000), plantea que el surgimiento del concepto se da a partir de la década del cincuenta. Crespo, F. (2010) realiza una discusión alrededor del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y presenta algunos estudios desarrollados en Latinoamérica, partiendo de conceptos utilizados a partir de los años cincuenta, y toma como referencia en primer lugar a Bowen (1953) quien marca el inicio de un nuevo periodo en la literatura empresarial al hacer un énfasis especial en el tema de responsabilidad social, y la define como el cumplimiento por parte de las organizaciones de los valores y objetivos sociales aplicados a sus actividades, y atribuye dicha responsabilidad a los hombres de negocios.

En los años setenta empiezan a surgir nuevas definiciones sobre el concepto, dentro de las cuales se plantea que las empresas o negocios también son responsables de ayudar a la sociedad a cumplir sus metas básicas, en palabras de Friedman (1970) la responsabilidad social consiste en: “Conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas”

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

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

La responsabilidad social empresarial y su importancia. La interacción con el entorno es vital para que las empresas sobrevivan en él, por eso deben involucrarse y contribuir del desarrollo del mismo. Una manera de hacerlo es a través del desarrollo de proyectos de Responsabilidad social, la cual se refiere entonces al cumplimiento de las obligaciones que las organizaciones empresariales tienen frente a unos principios que la sociedad ha establecido y sigue continuamente estableciendo como aspectos básicos de convivencia y desarrollo.

Es importante destacar a Villafañe (2009), quien sostiene que una implementación auténtica de la responsabilidad social debe asumir una visión multi-stakeholder y basarse en conductas empresariales explícitas, voluntarias y fácilmente verificables. Debido a esto, formuló un “decálogo responsable” (prácticas responsables) desde la óptica de la reputación, y que puede constituirse como un verdadero contribuyente del mejoramiento de la reputación, a saber:

El gobierno corporativo y la inversión responsable. La información verídica para los consumidores, así como una oferta y consumo de productos responsables. Una orientación responsable de los individuos que garantice unos estándares rigurosos con respecto a la igualdad, la diversidad y el género. Una gestión responsable de proveedores enfocada en la reciprocidad de los compromisos. Unas políticas de anticorrupción que se apliquen en cualquier parte del mundo (lugares en los que opere la compañía). Unos sistemas efectivos para gestionar los riesgos sociales y ambientales. Unas políticas medioambientales exigente: eficiencia ecológica, consumo responsable, control de impacto y postura ante el cambio climático. Designar a un gestor ético, el cual defenderá los derechos de los grupos de interés. Estándares de globalización responsables (número de directivos locales, universalidad de los derechos de los grupos de interés). El ejemplo de los altos directivos (compensaciones justas y equilibradas, transparencia y equidad en sus conductas). Para las empresas en estudio se determinó

que se han preocupado por su utilidad financiera y tangencialmente, además realizan contribuciones en su entorno, con lo cual se puede contribuir al bienestar de una comunidad, todo ello permeado desde su gestión organizacional formalizando políticas claras en el ámbito de la Responsabilidad Social.

En el año 2003 diversos autores, entre ellos, Martha de la Cuesta y Carmen Valor en España trabajan el tema y desarrollan conceptos como el siguiente: “La Responsabilidad Social Empresarial se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental, y de los derechos humanos.”

Concordante con la anterior definición, cada vez son más las empresas que desean formalizar sus prácticas socialmente responsables (prácticas de transparencia en la gestión, respeto al medio ambiente, calidad de vida laboral, compromiso con la comunidad) pues son más conscientes de que en la economía actual prima la legitimidad que otorguen todas aquellas personas con las que se relaciona la organización, el papel socio-económico desempeñado por las empresas es un punto clave observado por los grupos de interés a la hora de invertir y por eso incluyen la responsabilidad social empresarial en sus estrategias, de forma que logran aunar los intereses socio-ambientales con los económicos-financieros.

Finalmente se destacan en la tabla 2 a manera de resumen alguno de los estudios analizados.

Metodología

El proyecto de investigación utilizó la metodología cualitativa, a partir de la estrategia de estudio de casos, pues a través de ellos se profundiza en la realidad social como lo indica (Creswell, 2006), utilizando una descripción y análisis de las acciones empresariales que realizan (Yin, 1989). Fue así como para su desarrollo se contó con la participación de los gerentes o responsables del área de Responsabilidad Social de las empresas manufactureras seleccionadas; todo ello a través de entrevistas estructuradas. Al respecto, Shaw (1999: 64) esta-

Tabla 2
Estudios sobre responsabilidad social empresarial

Titulo	Autor(es)	Año	Resumen
Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca	Arbeláez Rojas, Marcela.	1997	Este estudio expone la otra cara de la moneda, cuyo énfasis no solo es la importancia de la inversión económica, como única y mejor solución a los problemas que atraviesa el departamento, sino establecer otro tipo de prioridades para los verdaderos damnificados de la tragedia ocurrida el 6 de junio de 1994.
10 años de la ley Páez, impacto económico	Alonso J., Lotero, A.	2006	Este documento es el resumen de una investigación minuciosa que involucra La Ley Páez, el contexto económico anterior a la ley, los efectos económicos generados luego de la implantación de la misma, su impacto social en temas como la generación de empleo, la repercusión fiscal y los efectos sobre el medio ambiente. Los resultados de esta investigación son de vital importancia para la fase de diagnóstico del presente estudio, la cual se describirá más adelante.
Proyecto de investigación: región socialmente responsable en el norte del Cauca 2010-2020.	Betancourt, Benjamín.	2010	Este trabajo es desarrollado por los grupos de investigación Previsión y Pensamiento Estratégico –A y Humanismo y Gestión-A de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle, investigación patrocinada por Colciencias. El objetivo del documento será la presentación del proyecto de investigación, metodología y resultados

Fuente: elaboración propia.

blece 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”.

Como se ha señalado anteriormente, dicha metodología se aplicó en las empresas manufactureras de la zona franca del departamento del Cauca. Por lo tanto, la *unidad de análisis* definida son las cinco empresas manufactureras. La *unidad de observación* fueron: gerentes de las empresas o en su defecto el representante del área o encargado de la Responsabilidad social. Entre los aspectos desarrollados están: *Recopilación de datos*: Utilizando diferentes fuentes, tales como entrevistas, observaciones, folletos, revistas y catálogos suministrados por repre-

sentantes de las mismas, igualmente se consultó las respectivas páginas web de cada empresa. *Análisis de datos y Estrategias*: el correspondiente análisis de datos se realizó a través de las descripciones recolectadas y con los detalles de la temática abordada para cada empresa.

Resultados

Para poder llegar a determinar los resultados investigativos, fue necesario identificar aspectos relevantes de la región donde se encuentra ubicada la zona franca, pues de esta forma se logró contactar los representantes de las empresas y realizar una caracterización de ellas; además de esta forma se conocieron las acciones que realizan en el ámbito de la responsabilidad social. Posteriormente su análisis facilitó el determinar los efectos obtenidos por las empresas seleccionadas. A continuación se destacan algunos de los aspectos más relevantes frente a las actividades antes indicadas.

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

En el año de 1983, este departamento padeció las consecuencias de un devastador terremoto que destruyó la ciudad de Popayán. En junio de 1994, un sismo cuyo epicentro se ubicó en la región del Río Páez, desencadenó una avalancha que cobró vidas humanas y cuantiosas pérdidas económicas que en la actualidad el país aún intenta subsanar. Una forma de contrarrestar los efectos ambientales, sociales y económicos generados por estas tragedias, el gobierno nacional aprobó un proyecto de ley para incentivar la inversión en la región por parte de los empresarios nacionales y extranjeros. La Ley Páez expedida en 1995, otorgaba al hecho de estar ubicadas en esta zona franca especial, a obtener beneficios fiscales preestablecidos y sustentados en leyes particulares. Algunos de estos beneficios son: 15% Tarifa única de impuesto de renta (fuera de zona franca es del 25%). Artículo 240-1 del estatuto tributario (E. T.). El 0% Impuesto a la equidad CREE (fuera

de zona franca es del 9%). Artículo 20 de la ley 1607 de 2012. El 0% IVA y aranceles en bienes extranjeros. Artículo 394 del estatuto tributario y artículo 395 del estatuto aduanero. 0% IVA en bienes nacionales. Artículo 394 del estatuto tributario y artículo 395 del estatuto aduanero.

De acuerdo con la Cámara de Comercio del Cauca (2015), a diciembre de 2005 se encontraban registradas 139 empresas en el Cauca como beneficiarias de la Ley Páez. Estas empresas presentaban mayor concentración en el sector manufacturero (98,3%), mientras que el 18.7% de ellas corresponden al sector agrícola, generando nuevos empleos, “estas 139 empresas generaban 4.873 puestos de trabajo directos, concentrándose la mayoría de los empleados en el sector manufacturero (68.3%) y en los municipios de Santander de Quilichao y Caloto”. Un dato importante establecido por la Superintendencia de Sociedades (2015) es el hecho de que del 2005 al 2013, la cantidad de empresas ubicadas en la zona no ha tenido un aumento significativo, encontrando que para los años 2011, 2012 y 2013, la cantidad de empresas eran 152, 142 y 129 respetivamente.

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

Si bien, se han presentado avances en términos sociales y ambientales con la implementación de la Ley Páez, son pocas las organizaciones que actualmente se encuentran asentadas en esta zona y están desarrollando programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para fortalecer su rol activo dentro de la comunidad. Concordante con lo expresado anteriormente, es que el presente proyecto efectuó una revisión a los programas de Responsabilidad Social con el propósito de conocer los efectos y el aprovechamiento existente frente a sus grupos de interés, donde las empresas desempeñan un rol más activo en su entorno interno y externo.

Caracterización de las empresas en estudio. A través de la información brindada por los de los gerentes o responsables del área de Responsabilidad Social de las empresas manufactureras seleccionadas, se efectuó una caracterización de cada una de ellas, indicando una breve información de su evolución histórica, la misión, visión, los valores, así como un portafolio de productos y/o servicios, y procesos clave. En la siguiente tabla se presenta información importante sobre el sector, fecha de fundación, y objeto social.

Tabla 3
Actividades económicas de la región del Cauca

Caracterización empresarial del Cauca	2011	%	2012	%	2013	%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	14	9%	13	9%	8	6%
Explotación de minas y canteras	6	4%	5	4%	4	3%
Industrias manufactureras	58	38%	58	41%	56	43%
Electricidad, gas y agua	0	0%	0	0%	0	0%
Construcción	22	14%	18	13%	17	13%
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	34	22%	31	22%	29	22%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2	1%	2	1%	1	1%
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	12	8%	12	8%	10	8%
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	4	3%	3	2%	4	3%
Total empresas	152	100%	142	100%	129	100%

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

Tabla 4
Caracterización de las empresas

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5
Sector	Metal-mecánica	Metal-mecánica	Químicos con Soluciones Integrales en PVC	Plásticos y Empaques	Químicos y sus derivados
Fecha de fundación	31/05/2011	13/12/1996	21/10/1997	31/07/2009	20/12/1997
Objeto social	Fabricación, mantenimiento y reparación de equipos de refrigeración, así mismo a la comercialización de equipos.	Diseño, fabricación, distribución y comercialización de todo tipo de sistemas constructivos para el sector de la construcción.	Fabricación y comercialización de sistemas de tuberías, conexiones y otros productos plásticos, así como geo sintéticos para obras civiles, ambientales, mineras, agrícolas y de infraestructura vial.	Fabricación de Preformas en PET. Envases y tapas plásticas en polipropileno y polietileno. Empaques de pared delgada con tecnología de etiquetado en molde IML.	Fabricación de fertilizantes edáficos, reguladores fisiológicos, bio estimulantes y coadyuvantes.

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

Acciones responsables empresariales. Adicionalmente a la caracterización y con la ayuda de una encuesta estructurada se recolectaron datos relevantes en relación con las acciones responsables que cada una de las empresas en estudio realizan. Además se determinó algunos hallazgos específicos para cada una de ellas.

Tabla 5
Acciones responsables de las empresas en estudio

Empresa	Acciones responsables	Hallazgos
1	Contribuye en transformar positivamente a las comunidades, a través de creación simultánea de valor económico, social y ambiental, con acciones en los siguientes frentes: cero desechos, cero emisiones de carbono, transporte y materiales sostenibles, alimentos locales y sostenibles, agua sostenible, cultura y comunidad, equidad y economía local, vida silvestre y uso del suelo, además de salud y felicidad.	Reconocida con el galardón internacional One Planet Company por sus procesos altamente responsables y sostenibles.
2	Defensa de los derechos humanos, equidad de género, realizar actividades de bienestar con cobertura a la comunidad, excelente relación con sus grupos de interés, no discriminar ni generar trabajo forzoso e infantil, contratación del personal originario de la región (con un mínimo del 75%).	Comprometida con los distintos grupos de interés: Proveedores, Clientes, Medio Ambiente y Comunidad. Participación activa con el Proyecto "Región Socialmente Responsable del Norte del Cauca".
3	Mantener relaciones laborales de colaboración y trato digno, reconocimiento a sus trabajadores, el respeto al medio ambiente y su comunidad, el cuidado de su seguridad, la constante capacitación y el aporte a la educación de sus hijos. Promueve la generación de alianzas para beneficio de las comunidades donde opera y en proyectos con poblaciones vulnerables vecinas.	Invertió en programas de capacitación intensiva para formar al empleado requerido en su proceso productivo. Actualmente la plantilla laboral está constituida por 89% de gente originaria del norte del Cauca con indicadores financieros y de productividad positivos. Participación del ejercicio colectivo de Región Socialmente Responsable con alcance en los municipios de Puerto Tejada, Villarrica, Guachené y Caloto.

Empresa	Acciones responsables	Hallazgos
4	Aportes a la comunidad, tales como donaciones en alimentos. Contratación de personal discapacitado de tipo auditivo. (Tres empleados actualmente).	Otorga mensualmente una cuota fija a la administración de la Zona Franca, como aportes a la comunidad. Está en el proceso de crear el Departamento de Responsabilidad Social.
5	Cuentan con un plan de bienestar anual enfocado a género, familia, equipos de trabajo e infancia con el cual, buscan no solo generar procesos de retención del talento, sino también fortalecer la unidad familiar a través de espacios que consoliden y brinden creatividad, valores y unión. práctica políticas dirigidas a la no discriminación, salud ocupacional, medio ambiente.	Trabaja en beneficio del agro en Colombia, el principal frente de trabajo es la infancia, donde ofrece varios espacios en el año, para acercarlos a la marca y a la empresa.

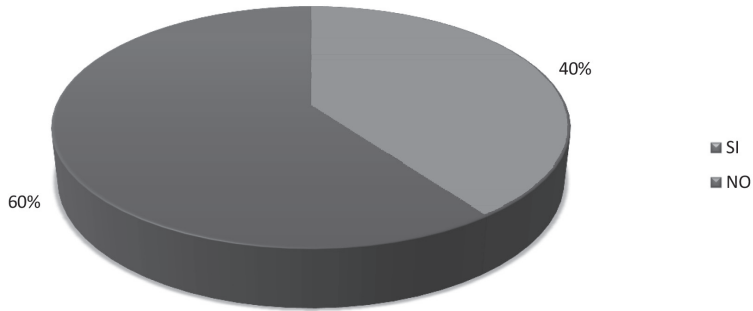
Fuente: elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas.

Algunos efectos responsables determinados. Con el propósito de determinar los efectos reales existentes en las cinco empresas seleccionadas en la zona franca del departamento del Cauca por realizar acciones responsables a sus grupos de interés, se establecieron diferentes variables las cuales se analizan en cada una de las empresas en estudio.

A continuación se presenta el análisis correspondiente a las siguientes variables: Políticas relacionadas con Responsabilidad Social, Razones para trabajar el tema de RS en la empresa, Tiempo de experiencia en acciones responsables, Área que administra la Responsabilidad Social, Beneficios de la Responsabilidad Social y los Grupos de interés (véanse figuras 1-4, y las tablas 6 y 7).

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

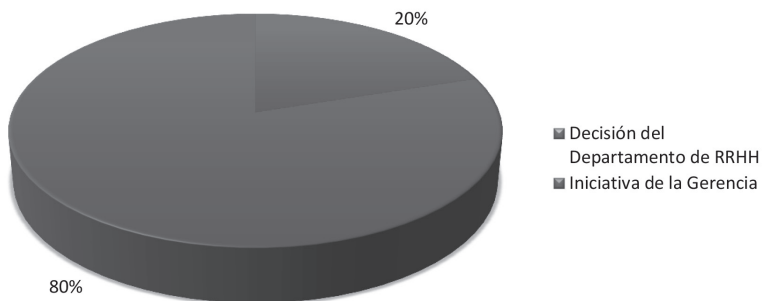
Figura 1
Política de responsabilidad social



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

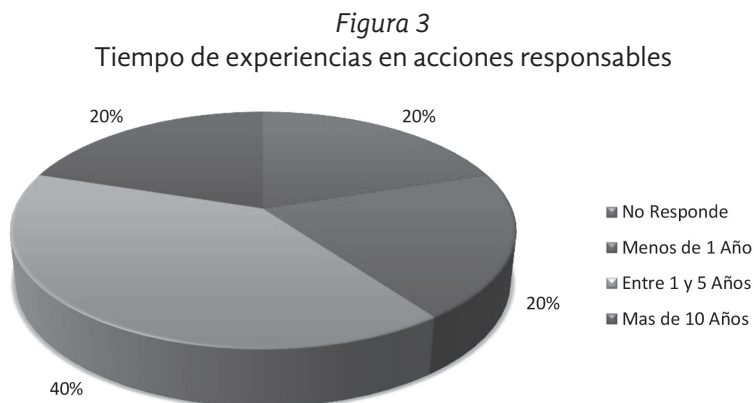
Razones para trabajar el tema de rs en la empresa. Las empresas trabajan en temas de Responsabilidad Social principalmente, a iniciativa de la gerencia como expresa el 80% de las empresas, sólo el 20% manifestó que la motivación surgió por decisión del Departamento de Recursos Humanos, lo cual también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

Figura 2
Iniciativa para trabajar en responsabilidad social



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

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

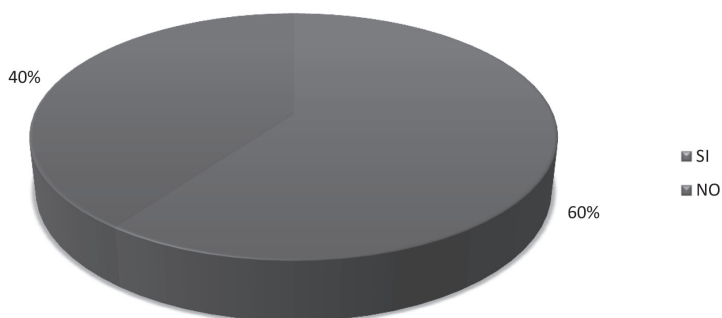


Fuente: elaboración propia con base en la información suministrada por las empresas.

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

Beneficios de la responsabilidad social. La relación con la comunidad es altamente valorada por las organizaciones estudiadas. Por su parte la imagen empresarial, motivación de empleados y la lealtad del consumidor son consideradas como beneficios medios. Mientras la reducción de costos es apreciada como un beneficio moderado.

Figura 4
Existencia de área que maneja la responsabilidad social



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

Tabla 6
Beneficios de la responsabilidad social

Beneficios	Alto	Medio	Moderado
Las relaciones con la comunidad	X		
La imagen de la empresa		X	
En la motivación de empleados		X	
En la lealtad del consumidor		X	
La reducción de costos			X

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

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

Tabla 7
Grupos de interés de los programas de responsabilidad social

Grupo de interes	Alto	Medio	Moderado
Trabajadores	X		
Proveedores		X	
Clientes			X
Comunidad y demás grupos sociales	X		
Conformar alianzas con el estado y otras entidades		X	

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

Conclusiones y recomendaciones

Dentro de las características principales de las empresas estudiadas se encuentra que todas, son empresas grandes, sociedades anónimas y pertenecen al sector manufacturero, con un programa de exportación definido a diferentes países. Adicionalmente se evidencia que los programas de responsabilidad social están dirigidos a los grupos de interés interno es decir a sus trabajadores, con una participación del 61%. Mientras las acciones a nivel externo representan el 39%, no obstante es de resaltar que un 23% de estos aportes tienen como destino aspectos ambientales, como consecuencia de una obligación legal.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de las empresas se pudo determinar que ella mayoría de las empresas tienen claro que el efecto de sus inversiones en Responsabilidad Social se ve reflejado en el aumento de sus niveles de ventas de sus productos o servicios. Solo una de ellas manifestó entre los efectos una mayor inversión de accionistas. Otro de los efectos a destacar es que las cinco empresas perciben que sus actividades de Responsabilidad Social benefician su relación con la comunidad

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

Referencias bibliográficas

- Abreu, J., Badii, M. (2008). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial". En: Daena: *International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54-70.
- Aguirre, J., Rincón, M. (2012). *Los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y su relación con los descuentos tributarios recibidos*,

- evaluados en diez empresas del sector salud de la ciudad de Cali.* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali, Valle del Cauca.
- Alonso, J., Lotero, A. (2006). *10 años de la Ley Páez*. Recuperado de: https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro_ley_paez.pdf
- Arbeláez, M. (1997). *Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca.* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Santiago de Cali, Valle del Cauca.
- Betancourt, B. (2010). *Región socialmente responsable en el norte del Cauca 2010-2020.* Recuperado de: [http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6,3%2orse%20-%20betancourt%20\(p\).pdf](http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6,3%2orse%20-%20betancourt%20(p).pdf)
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, Harper & Row.
- Cámara de Comercio del Cauca (2015). <http://www.cccauca.org.co/>
- Carroll, A. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. *Business and Society*, 38(3), 268-295
- Comisión de la comunidades Europeas (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Crespo, F. (2010). *Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a07.pdf>
- Creswell, J. (2006). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Dane (2015). <http://www.dane.gov.co/>
- Dane - Banco de la República. (2014). *Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Cauca 2013*. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/icer/2013/icer_cauca_2013.pdf
- De la Cuesta, M. Valor, C. (2003). *Responsabilidad Social de la empresa*. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*, 2755.
- Drucker, P. (1984). The New Meaning or Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Friedman, M. (September 30, 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Disponible en: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- Garriga, E., y Mele, D. (2004): Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.

- Gómez, M. (2004). *La responsabilidad Social empresarial una alternativa para mejorar los niveles de vida de una sociedad y sus limitaciones*. En las memorias del XII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección, Jaén 3 y 4 junio de 2004.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. 4ª Edición. México: McGraw-Hill.
- Lozano, J., Soler, I. (2000). *La empresa en la sociedad: responsabilidades éticas*. En A.M. Güell, y M. Vila (Eds.). América Latina y España: un mundo compartido. *Barcelona: Bronce*, 29-43.
- Martínez, V., Juanatey, O., Silva, M. (2010). Percepciones del concepto de la responsabilidad social corporativa: un estudio exploratorio. En: *Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales (UNLZ)*, 3 (13): 3-34.
- Melling, C., Jensen, S. (2002). *From Charity to Necessity. An Introduction to the Concept of Corporate Social Responsibility*. Department of Cross-Cultural Studies, Norway's Technical- Scientific Nature of the Witness University (NTNU), Trondheim.
- Rodríguez, J. (2007). *Responsabilidad Social de la empresa. Una revisión crítica a las principales teorías*. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto de responsabilidad social empresarial. *Investigación y Reflexión, Universidad Militar Nueva Granada*, XVI(1), 179-195.
- Shaw, E. (1999). A guide to the Qualitative Research Process: Evidence from a Small Firm Study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2 (2): 59-70.
- Superintendencia de Sociedades (2015). *Asuntos económicos y contables*. Recuperado de: <http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Van Mannen (2006). Ethnography then and now. *Qualitative Research in Organizations and Management, an International Journal*, 13-21.
- Yépez, G., Peña, W., Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas, 32.
- Yin, R. (1989). *Case study research: design and methods*. Newbury Park, California: Sage.