RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Yajaira Guerrero Barraza Liliam Neth Pérez Mora
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas
PLAN DE ESTUDIOS	Especialización en Gerencia Tributaria
DIRECTOR	Martha Milena Peñaranda Peñaranda
TÍTULO DE LA TESIS	Análisis de la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en el municipio de Ocaña, Norte de Santander
TITULO EN INGLES	Analysis of corporate social responsibility in the area of taxation in the municipality of Ocaña, Norte de Santander

RESUMEN
(70 palabras)

El proyecto confronta los principios del derecho tributario con las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito empresarial, relevando hallazgos y estrategias cruciales para la consecución de sus objetivos, identificando elementos clave de la RSC en el ámbito tributario, los cuales establecieron un marco sólido para la integración efectiva de la RSC en estrategias fiscales que contribuyen al desarrollo y fortalecimiento de una sociedad justa, sostenible e integra.

RESUMEN EN INGLES

The project confronts the principles of tax law with the practices of Corporate Social Responsibility (CSR) in the business environment, revealing findings and strategies crucial to the achievement of its objectives, identifying key elements of CSR in the tax environment, which established a solid framework for the effective integration of CSR in tax strategies that contribute to the development and strengthening of a just, sustainable and integrated society.

PALABRAS CLAVES	Responsabilidad social corporativa, control fiscal, elusión, evasión
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Corporate social responsibility, tax control, tax avoidance, tax evasion

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 125	PLANOS:1	ILUSTRACIONES: 20	CD-ROM:0

Análisis de la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en el municipio de Ocaña Norte de Santander

Yajaira Guerrero Barraza

Liliam Neth Pérez Mora

Facultad de ciencias administrativas y económicas, Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña

Especialización en Gerencia Tributaria

Mag. Martha Milena Peñaranda Peñaranda

13 de octubre del 2023

Contenido

Introducción 10

Capítulo 1. Análisis de la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en el municipio de Ocaña Norte de Santander 12

1.1. Planteamiento del problema 12

1.2. Formulación del problema 14

1.3. Objetivos 14

1.3.1. Objetivo general 14

1.3.2. Objetivos específicos 14

1.4. Justificación 15

1.5. Delimitaciones 17

1.5.1. Delimitación operativa 17

1.5.2. Delimitación conceptual 17

1.5.3. Delimitación geográfica 17

1.5.4. Delimitación temporal 18

Capítulo 2. Marco Referencial 19

2.1. Marco Histórico 19

2.2. Marco Conceptual 22

2.2.1. La responsabilidad social empresarial en Colombia 22

2.2.2. Modelos de Responsabilidad Social Empresarial. 23

2.2.3. Principios de la RSE 24

2.2.4. Grupos de interés 25

2.2.5. Tributación 26

2.2.6. Impacto social y comunitario 27

2.2.7. Innovación social corporativa 27

2.3. Marco Contextual 28

2.4. Marco Teórico 30

2.4.1. Teoría de los Stakeholders 30

2.4.2. Teoría del Triple Resultado (Triple Bottom Line) 31

2.4.3. Teoría de la Ciudadanía Corporativa 33

2.5. Marco Legal 34

Capítulo 3. Diseño metodológico 37

3.1. Tipo de investigación 37

3.2. Población y Muestra 38

3.2.1. Población 38

3.2.2. Muestra 38

3.3. Seguimiento metodológico del proyecto 39

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información 39

3.4.1. Revisión documental 40

3.4.2. Encuestas 40

3.4.3. Análisis de Datos Secundarios 41

3.5. Trabajo de campo y análisis de datos 41

3.6. Presentación de resultados 42

Capítulo 4. Resultados 43

4.1. Elementos esenciales de la Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario. 43

4.1.1. Transparencia y Divulgación Proactiva 43

4.1.2. Ética y Cumplimiento Fiscal 46

4.1.3. Gestión de Riesgos Fiscales 48

4.1.4. Cooperación con Autoridades Fiscales 51

4.1.5. Inclusión de Stakeholders en Decisiones Fiscales 54

4.2. Diagnóstico de la responsabilidad social corporativa en materia tributaria en el municipio de Ocaña. 58

4.2.1. Tabulación y análisis de datos 60

4.2.2. Diagnóstico General de la RSC en el Ámbito Tributario en Ocaña 90

4.2.3. Discusión sobre la Integración de la RSC en Estrategias Tributarias 91

4.3. Estrategias Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario en el municipio de Ocaña Norte de S. 92

4.3.1. Estrategia 1: Fomentar la Conciencia y Comprensión sobre RSC Tributaria 93

4.3.2. Estrategia 2: Facilitar la Transparencia Fiscal y el Cumplimiento Ético 94

4.3.3. Estrategia 3: Impulsar la Inclusión de Stakeholders en las Prácticas Fiscales 94

4.3.4. Estrategia 4: Establecimiento de Asociaciones para el Fomento de RSC Tributaria 94

4.3.5. Estrategia 5: Desarrollar Incentivos para la Adopción de Prácticas de RSC Tributaria.....95

4.3.6. Estrategia 6: Fomentar la Innovación y Sostenibilidad Fiscal.....95

Conclusiones.....107

Recomendaciones 109

Referencias 111

Apéndices 119

Listado de figuras

Figura 1. Mapa de Ocaña, Norte de Santander. .....**Error! Bookmark not defined.**

Figura 2. ¿Cuántos años lleva operando su empresa?.....60

Figura 3. ¿Está familiarizado con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)? .61

Figura 4. ¿Conoce los beneficios tributarios a los que puede acceder la empresa al implementar un programa de RSE?.....63

Figura 5. Las políticas de RSC tributaria de su empresa están claramente definidas y comunicadas a los empleados. 64

Figura 6. Es esencial que las empresas en Ocaña adopten prácticas de RSC en el ámbito tributario. 66

Figura 7. Mi empresa cumple ética y responsablemente con todas las obligaciones tributarias. .68

Figura 8. La conciencia sobre la RSC en el ámbito tributario en Ocaña es alta.....69

Figura 9. Mi empresa ha tomado medidas activas para fomentar la responsabilidad tributaria...71

Figura 10. La RSC en el ámbito tributario es esencial para la reputación y confianza de mi empresa en la comunidad. 73

Figura 11. Las autoridades locales deberían fomentar más activamente la RSC en el ámbito tributario. 74

Figura 12. Mi empresa estaría dispuesta a colaborar en iniciativas que promuevan la RSC en el ámbito tributario.....76

Figura 13. La capacitación y educación continua en RSC tributaria es esencial para mejorar la gestión de la empresa. 77

Figura 14. La sociedad ve positivamente a las empresas que adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario.....79

Figura 15. La RSC en el ámbito tributario ayuda a mejorar las relaciones con las autoridades fiscales. 81

Figura 16. Mi empresa necesita más recursos y herramientas para mejorar su RSC en el ámbito tributario. 82

Figura 17. Las empresas que no adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario deberían enfrentar sanciones o desincentivos. 84

Figura 18. Los clientes valoran más a las empresas que adoptan prácticas de RSC en el ámbito tributario. 86

Figura 19. Sería útil que se ofrecieran talleres o capacitaciones sobre RSC en el ámbito tributario en Ocaña. 87

Figura 20. La transparencia en las prácticas tributarias es un indicador clave de la RSC de una empresa. 89

Listado de tablas

Tabla 1. Seguimiento metodológico del proyecto .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabla 2. Escala de valuación de indicadores .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabla 3. Matriz Plan de estrategias 96

Resumen

El proyecto emprendido en Ocaña, Norte de Santander, para confrontar los principios del derecho tributario con las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito empresarial, ha revelado hallazgos y estrategias cruciales para la consecución de sus objetivos. Inicialmente, se identificaron elementos clave de la RSC en el ámbito tributario, tales como la importancia de la transparencia, ética, gestión de riesgos fiscales, cooperación con autoridades y la inclusión de stakeholders en decisiones fiscales. Esto estableció un marco sólido para la integración efectiva de la RSC en estrategias fiscales que contribuyen al desarrollo de una sociedad justa y sostenible y al fortalecimiento de la integridad empresarial. Al diagnosticar el estado actual de la RSC tributaria en Ocaña, se descubrió que, a pesar de la conciencia y aprecio por la RSC entre los empresarios, existe una necesidad palpable de expandir los recursos, la formación y la información disponibles para superar barreras y fomentar una integración más profunda de la RSC en las estrategias fiscales de las empresas locales. Finalmente, se propusieron estrategias de RSC tributaria para el municipio, enfocándose en áreas críticas como la transparencia, educación fiscal, colaboraciones y sostenibilidad en la gestión fiscal. Este enfoque resalta el desafío de garantizar una implementación efectiva y sostenible de estas estrategias, lo cual requiere un compromiso genuino de todas las partes involucradas, desde las autoridades locales hasta las empresas y la comunidad en general, subrayando la importancia de una colaboración continua para asegurar resultados beneficiosos y duraderos.

Introducción

En la actualidad, la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha consolidado como un pilar fundamental para el desarrollo sostenible y equitativo de las sociedades contemporáneas. Este paradigma, que supera la visión tradicional de las organizaciones centrada únicamente en la generación de beneficios económicos, engloba una perspectiva más amplia que integra consideraciones sociales y ambientales en su estrategia y operaciones.

En el contexto colombiano, y específicamente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, se evidencia una creciente necesidad de fomentar prácticas empresariales que no solo sean económicamente viables, sino también éticas y socialmente responsables, particularmente en el ámbito tributario. El ámbito tributario, siendo una de las áreas cruciales donde las empresas pueden manifestar su compromiso con la sociedad, se convierte en un campo fértil para la implementación de estrategias de RSE.

El proyecto propone estrategias que fomentan la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en Ocaña, una región que representa una amalgama de oportunidades y desafíos para el sector empresarial.

Este estudio pretende, inicialmente, identificar los elementos esenciales que caracterizan a la RSE en el ámbito tributario, con el fin de establecer un marco conceptual claro y pertinente para la investigación. Posteriormente, se buscará diagnosticar el estado actual de la RSE en materia tributaria en el municipio, lo que permitirá identificar brechas, oportunidades y mejores prácticas existentes.

Con base en los resultados del diagnóstico, se desarrollaron estrategias de RSE en el ámbito tributario que sean pertinentes y efectivas para el contexto de Ocaña. Estas estrategias tienen como objetivo fomentar una cultura empresarial que valorice la ética, la transparencia y la contribución proactiva al bienestar común.

En términos metodológicos, este proyecto adoptó un enfoque cuantitativo, apoyándose en diversas técnicas e instrumentos de recolección de datos, tales como la revisión documental, encuestas, análisis de datos secundarios y talleres participativos.

Con este estudio, se espera aportar diferentes perspectivas que puedan guiar a las empresas locales en su camino hacia una mayor responsabilidad social, promoviendo una cultura de integridad tributaria y contribuyendo, de esta manera, a la construcción de una sociedad más justa, inclusiva y sostenible.

Capítulo 1. Análisis de la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en el municipio de Ocaña Norte de Santander

1.1.Planteamiento del problema

En la actualidad, el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) se ha posicionado como un tema de crucial relevancia en diversos ámbitos académicos y empresariales. Este concepto, que se ha debatido ampliamente desde las últimas décadas del siglo XX, denota la responsabilidad que una empresa asume frente a la sociedad en su totalidad (Correa Jaramillo, 2007).

Dado el contexto dinámico que vive Colombia, y más específicamente el municipio de Ocaña en Norte de Santander, se percibe como vital analizar la vinculación de la RSC con el espectro tributario, más aún cuando el país enfrenta discusiones sobre reformas fiscales y otros dilemas que amenazan la estabilidad del sistema tributario. Este escenario ha abierto la puerta a interrogantes adicionales de gran relevancia, tales como la implementación de la responsabilidad social corporativa, un principio que, aunque está regulado desde 1993, parece no haber calado profundamente en el sector empresarial nacional, evidenciando una actitud tradicionalista y escaso interés hacia las contribuciones sociales vinculadas con los tributos.

Para abordar esta problemática de forma precisa, es esencial primero entender la relación intrínseca entre la RSC y la tributación. En términos generales, la RSC representa una gestión empresarial consciente de sus impactos sobre diversos ámbitos como el medioambiente, la economía, y la sociedad en su conjunto (Perez Espinaza, Espinoza Carrión, & Peralta Mocha). Dentro de este marco, emerge la responsabilidad social tributaria (RST), que se ha distinguido

recientemente como un área de especial relevancia, adquiriendo una identidad propia (Minguez Martín, 2021). La RST comprende, por un lado, el compromiso de las corporaciones para contribuir al beneficio social mediante el cumplimiento fiscal, y por otro, la obligación del Estado de administrar eficientemente los ingresos fiscales para asegurar el bienestar ciudadano (Luque Sanchez & Luque, & Villalba, 2021).

En el ámbito local, este concepto se traduce en una visión empresarial consciente del papel vital que juega la contribución fiscal en la financiación de los gastos públicos. Sin embargo, en el municipio de Ocaña, a pesar de que las empresas han mostrado un compromiso mediano con las prácticas de RSC en áreas como medio ambiente, relaciones laborales y derechos humanos, se percibe una falta de acciones específicas que denoten una responsabilidad decidida en el ámbito tributario.

Este estudio se revela como crucial, ya que, según sostiene Llantas Ramirez (2021), el Estado, como ente organizador de la sociedad, busca satisfacer las necesidades públicas más allá de los intereses individuales. Los tributos, en este sentido, representan una forma de sostener las libertades individuales y colectivas, siempre que se gestionen dentro del marco legal establecido. De este modo, la tributación responsable se configura no solo como un aporte financiero al Estado, sino también como una contribución significativa al desarrollo sostenible de la nación.

No obstante, se detecta que en la actualidad existe un vacío significativo en términos de diagnósticos o caracterizaciones que permitan comprender el estado actual de la RSC en el ámbito tributario en Ocaña, lo que resalta una carencia de herramientas que faciliten a las empresas locales cumplir con las expectativas normativas establecidas por el Estado. Esto genera

una brecha evidente entre la seguridad jurídica y la cultura tributaria presente, marcando una necesidad urgente de abordar este tema de forma profunda y estructurada.

En este contexto, el proyecto propuesto busca analizar la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en Ocaña, Norte de Santander, con el objetivo de identificar y proponer estrategias que promuevan una tributación más consciente y equitativa, alineada con los principios de responsabilidad social corporativa.

1.2.Formulación del problema

¿Cómo se desarrollan las prácticas de responsabilidad social corporativa en materia tributaria en el municipio de Ocaña?

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Confrontar los principios del derecho tributario y las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa con el compromiso empresarial tributario en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos esenciales de la Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario.

- Diagnosticar el estado actual de la responsabilidad social corporativa en materia tributaria en el municipio de Ocaña.
- Plantear estrategias Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario en el municipio de Ocaña Norte de S.

1.4.Justificación

En la pujante economía del municipio de Ocaña, que se sustenta en sectores vitales como la gastronomía, la agricultura y el turismo, existe una palpable necesidad de fomentar la consolidación y crecimiento de pequeñas y medianas empresas que no sólo sobrevivan, sino que florezcan, contribuyendo de manera significativa a la prosperidad local. En este contexto, una introspección meticulosa en las prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC) en el ámbito tributario se vuelve imperativa.

Esta investigación, por tanto, aspira a ir más allá de un análisis superficial, buscando desentrañar las implicancias profundas de una gestión tributaria socialmente responsable en Ocaña. Se parte de la premisa, respaldada por Rodriguez (2007), de que las empresas, como entidades intrínsecamente enraizadas en la sociedad, deben asumir un papel que trasciende las meras transacciones económicas, teniendo un impacto positivo y significativo en el ámbito social.

A través de esta iniciativa, se busca catalizar una transformación donde las empresas no solo se enfoquen en cumplir con sus obligaciones tributarias como un mandato legal, sino que reconozcan y abracen su papel vital en la promoción del desarrollo integral del municipio. Como

afirmaba Friedman (1970), esta responsabilidad social se traduce en la gestión empresarial que se alinea con los principios éticos y legales de la sociedad, beneficiando tanto a los individuos como a la comunidad en su conjunto.

El objetivo de este estudio es forjar una herramienta estratégica que pueda actuar como catalizador en la sensibilización del sector empresarial sobre la importancia de la RSC en el ámbito tributario, promoviendo una simbiosis entre la rentabilidad empresarial, el cumplimiento legal y un compromiso profundo con el progreso social. A través de este prisma, se busca fomentar una cultura empresarial que armonice la eficacia fiscal con la promoción de una sociedad más equitativa y justa.

Refrendando la relevancia de este enfoque, el Fondo Monetario Internacional (2022) subraya la volatilidad y complejidad del entorno económico contemporáneo, señalando que la adopción de prácticas tributarias socialmente responsables no solo proporciona una ventaja competitiva sustancial, sino que también facilita una participación constructiva en la sociedad. En este sentido, la carga tributaria no es simplemente una obligación, sino una oportunidad para refrendar el compromiso con una distribución equitativa de la riqueza y el fomento de un desarrollo inclusivo.

En síntesis, esta investigación busca ser un puente que una la teoría y práctica empresarial con una visión más holística y equitativa de desarrollo, contribuyendo así a forjar un futuro en Ocaña donde la prosperidad es compartida y sostenible.

1.5.Delimitaciones

1.5.1. Delimitación operativa

La investigación se centrará en los sectores predominantes de gastronomía, agricultura y turismo, focalizando su atención en las pequeñas y medianas empresas que operan en la región. Mediante una metodología descriptiva y analítica, se hará uso de encuestas, entrevistas a profundidad y análisis de datos secundarios, con el fin de evaluar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en materia tributaria y su impacto en el desarrollo económico y social del municipio. El equipo multidisciplinario encargado del proyecto buscará crear un marco estratégico para la implementación de prácticas de RSC tributaria y desarrollar programas de sensibilización y capacitación, todo ello con el objetivo de fomentar prácticas tributarias más responsables que contribuyan al bienestar de la comunidad local.

1.5.2. Delimitación conceptual

Los conceptos utilizados para realizar este proyecto de investigación son: responsabilidad Social Corporativa, control fiscal, principios, legalidad, equidad, fundamento constitucional, elusión y evasión tributaria.

1.5.3. Delimitación geográfica

La delimitación geográfica de este proyecto se establece firmemente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, una región que se caracteriza por su dinámica economía centrada principalmente en los sectores de gastronomía, agricultura y turismo. En el marco de este estudio, se enfocará meticulosamente en las 5387 personas jurídicas y comerciantes que se

encuentran registradas y activas en la Cámara de Comercio del sector comercio de la región. Esta selección de la población, representativa de las fuerzas comerciales vivas en Ocaña, permitirá una evaluación precisa y detallada de las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito tributario que actualmente están en juego, y proporcionará una base sólida para futuras iniciativas y estrategias de desarrollo sustentable en la región.

1.5.4. Delimitación temporal

Esta investigación se realizará dentro de un lapso de ocho (8) semanas a partir de la aprobación del anteproyecto.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1.Marco Histórico

El trayecto histórico de la evolución de la concepción de la responsabilidad social puede articularse a través de tres fases distintas y significativas que han marcado su desarrollo y consolidación como una disciplina imperante en el ámbito empresarial.

En la fase inicial, que se despliega hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX, la noción de responsabilidad social aún se encontraba en una etapa embrionaria. Durante este período, aunque no se presenció una evolución definida en la conceptualización de la responsabilidad social, algunas organizaciones pioneras empezaron a manifestar ciertas inclinaciones filantrópicas, articulándose en actividades que enfatizaban la asistencia social y el bienestar comunitario.

La segunda fase, que tuvo lugar alrededor de la mitad del siglo XX, marcó un período de introspección y evaluación crítica para las organizaciones. En este momento, comenzaron a surgir interrogantes más profundas sobre las repercusiones de las acciones empresariales en la sociedad y el medio ambiente. Simultáneamente, desde el sector público, se inició la formulación e implementación de políticas enfocadas en preservar los intereses públicos y proteger el medio ambiente, señalando una transición hacia una gestión empresarial más consciente y responsable.

La tercera y actual fase representa un periodo de consolidación y madurez en la construcción de una relación simbiótica entre el estado y las organizaciones empresariales. Se ha registrado un incremento en la implantación de políticas regulatorias que orientan las prácticas

empresariales, promoviendo un compromiso más profundo con las demandas y necesidades sociales contemporáneas.

En este contexto, Molinero (2020) destaca que la trayectoria del concepto de responsabilidad social ha sido caracterizada por una germinación progresiva, que luego transicionó hacia una fase de surgimiento, seguida por etapas de desarrollo y proliferación sustancial. Posterior a la Gran Depresión en América del Norte, una época que testimonió la promulgación de políticas públicas favorables para los trabajadores surgió la obra seminal de Bowen. Este trabajo marcó un hito significativo, estableciendo las primeras definiciones claras y articuladas de responsabilidad social, sentando las bases para la evolución contemporánea del concepto y su implementación integral en la estructura empresarial moderna.

En cuanto a los antecedentes, internacionalmente el más relevante para el proyecto puede ser el estudio llevado a cabo por Crane et al. (2019) en su obra "Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context". En este estudio, los autores exploran diversos casos globales sobre cómo las corporaciones implementan prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC), incluyendo su comportamiento en aspectos tributarios.

En este contexto, los autores analizan cómo las políticas tributarias éticas y responsables pueden ser una parte vital de las estrategias de RSC de una empresa. Argumentan que una gestión tributaria ética no solo previene posibles litigios y sanciones, sino que también puede mejorar la reputación de una empresa y fomentar relaciones más sólidas con los stakeholders, elementos cruciales para el éxito empresarial a largo plazo.

Esta investigación es relevante para el proyecto ya que ofrece una perspectiva global sobre cómo las empresas pueden integrar prácticas tributarias éticas en sus estrategias de RSC, una perspectiva que podría ser extremadamente beneficiosa para las empresas en el municipio de Ocaña. Al estudiar estas prácticas a nivel internacional, en el proyecto se identifican estrategias efectivas que podrían ser adaptadas y aplicadas en el contexto local de Ocaña, contribuyendo así al desarrollo empresarial y social de la región.

En el estudio desarrollado por López et al. (2017), se investigaron las prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC) en varias pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en varias regiones de Colombia. El estudio, titulado "La Responsabilidad Social Corporativa en PYMEs Colombianas: Un Análisis de Casos", destacó la creciente importancia de las estrategias de RSC, no sólo como una herramienta para promover la sustentabilidad ambiental y social, sino también como un medio para cumplir con las obligaciones tributarias de una manera ética y responsable. Este estudio resaltó que las empresas que implementaron estrategias de RSC, incluyendo prácticas tributarias éticas, lograron no sólo un mejor cumplimiento legal sino también una mayor aceptación y reputación en la comunidad.

Este antecedente es crucial para la investigación ya que proporciona una mirada profunda a cómo las PYMEs en Colombia están manejando sus prácticas de RSC, incluyendo sus responsabilidades tributarias. Al estudiar estas prácticas a nivel nacional, el proyecto puede evaluar y comparar las prácticas existentes en Ocaña, sugiriendo mejoras y modificaciones donde sea necesario para fomentar una mayor responsabilidad social y tributaria en el sector empresarial local.

Así mismo, en una investigación más reciente, Gómez et al. (2021), desarrollaron un estudio enfocado en la capital, Bogotá, titulado "Impacto de las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en la Sustentabilidad Tributaria de las Empresas en Bogotá". Este estudio buscaba establecer una correlación directa entre las estrategias de RSC y la eficiencia en la gestión tributaria de las empresas. Los resultados mostraron que una gestión tributaria más transparente y ética podía derivarse de una adopción profunda de los principios de RSC.

Este estudio sirve como un punto de referencia sólido para el proyecto, ya que no sólo aborda las estrategias de RSC, sino que también se centra específicamente en su impacto en las prácticas tributarias de las empresas. Este enfoque es directamente relevante para el proyecto, que busca explorar la intersección entre la RSC y la gestión tributaria en el municipio de Ocaña.

2.2.Marco Conceptual

2.2.1. La responsabilidad social empresarial en Colombia

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia ha tomado fuerza en los últimos años, siendo percibido como un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresarial que buscan ir más allá del cumplimiento legal y de la obtención de beneficios económicos. Se configura, entonces, como una forma de gestionar las empresas atendiendo a los impactos que estas generan tanto en la sociedad como en el medio ambiente.

Según Rojas et al. (2018), la RSE en Colombia está influenciada por una diversidad de factores que van desde las políticas gubernamentales hasta las expectativas de la sociedad civil. Los autores sostienen que la RSE debe ser una estrategia integrada en el núcleo de la operación

empresarial, promoviendo no solo un crecimiento económico sostenible, sino también contribuyendo al bienestar de la comunidad y al cuidado del medio ambiente. Esta visión alienta a las empresas a asumir una responsabilidad activa en la promoción de una sociedad más equitativa y sostenible.

En este mismo sentido, García et al. (2020), destacan que la RSE en Colombia ha evolucionado para incluir un enfoque más amplio que contempla prácticas de buen gobierno corporativo, ética empresarial, y compromiso con la comunidad y el medio ambiente, alentando a las empresas a establecer políticas que vayan más allá de las regulaciones vigentes, impulsando una relación armónica con todas las partes interesadas y el entorno.

Así, se puede señalar que la RSE en Colombia se está configurando como una herramienta vital para fomentar el desarrollo sostenible, la equidad social y la preservación ambiental, invitando a las empresas a jugar un papel activo y significativo en la construcción de una sociedad mejor.

2.2.2. Modelos de Responsabilidad Social Empresarial.

El estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha desarrollado a través de varios modelos teóricos que intentan explicar las mejores prácticas y estrategias que las empresas pueden implementar para cumplir con sus responsabilidades sociales, económicas y ambientales. A continuación, describiré tres modelos prominentes, citando autores pertinentes y proporcionando referencias bibliográficas:

Modelo de Carroll (1991): Este modelo, propuesto por Archie B. Carroll, sugiere que la RSE está compuesta por cuatro niveles de responsabilidades: económicas, legales, éticas y filantrópicas. Carroll plantea que las empresas deben primero satisfacer sus responsabilidades económicas, seguido de cumplir con las regulaciones legales, adherirse a los estándares éticos y, finalmente, contribuir a la comunidad a través de actividades filantrópicas. (Carroll, 1991)

Modelo de Stakeholder (1984): Edward Freeman introdujo este modelo que subraya la importancia de considerar a todos los grupos de interés (o stakeholders) en la toma de decisiones corporativas. Sostiene que una empresa tiene una responsabilidad social más allá de sus accionistas, incluyendo a empleados, clientes, comunidad, gobierno, proveedores, entre otros, en su estrategia de responsabilidad social (Freeman, 1984).

Modelo de Valor Compartido (2011): Este modelo, introducido por Michael E. Porter y Mark R. Kramer, sugiere que las empresas pueden alcanzar éxito económico al mismo tiempo que promueven el bienestar social y ambiental. El enfoque está en identificar y expandir las conexiones entre el progreso social y económico, creando nuevas oportunidades y soluciones a los problemas sociales a través de innovaciones empresariales (Porter & Kramer, 2011).

2.2.3. Principios de la RSE

La responsabilidad social empresarial se enmarca en una seria de principios como son:

Voluntariedad: que implica la adopción de políticas de RSE por parte de las organizaciones es voluntaria, más allá de sus obligaciones legales. Es decir, que se haga bajo la el marco de la solidaridad, y no buscando siempre lucrarse.

Creación de valor: es decir, que busca contribuir a generar valor para todos los grupos de interés, lo que repercutirá en la mejora de la empresa a medio y largo plazo. Así las cosas, la implementación de estas políticas permite que las empresas gocen de una imagen positiva en la sociedad.

Transversalidad e integración: deben estar direccionadas hacia la inclusión de todos los niveles de la empresa, en todos los sectores donde ésta desarrolla sus actividades y sobre todos los procesos productivos, es decir, que debe dirigirse a todos aquellos a quienes impacte en la sociedad.

Transparencia: la asunción de responsabilidad social por parte de las empresas presupone no sólo la voluntad de su implantación, sino también la de dar cuenta de esta con la adecuada transparencia. Es decir, que las empresas deben implementar estas políticas buscando un efecto positivo, y no con maniobras corruptas. (Ulloque & Romero, 2015)

2.2.4. Grupos de interés

Respecto a los grupos de interés, las políticas de responsabilidad social se enfocan en algunos componentes del mercado como son las empresas y organizaciones empresariales, los trabajadores y sus representantes, clientela, personas y empresas proveedoras, administraciones públicas, accionistas, entidades financieras, ONG y grupos de presión.

Por su parte, algunos autores definen como grupos de interés a aquellas personas, grupos u organizaciones que tienen una relación directa o indirecta con la empresa, es decir, que están dentro o fuera, y que puede generar un impacto positivo o negativo a la misma. Las empresas

con su actividad generan impacto, directo o indirecto que afecta a sus grupos de interés, a los cuales es necesario identificar y analizar, minimizando el impacto negativo y optimizando el impacto positivo (Ulloque & Romero, 2015).

2.2.5. Tributación

La tributación es un concepto complejo que engloba diversos aspectos relacionados con la imposición y cobro de impuestos por parte de las entidades gubernamentales. A continuación, se proporciona una conceptualización con la referencia de varios autores:

La tributación es el proceso mediante el cual los gobiernos recaudan ingresos financieros para financiar sus operaciones y proveer bienes públicos a la sociedad. Este proceso se lleva a cabo a través del cobro de impuestos a individuos y corporaciones, que constituye una de las principales fuentes de ingresos para los gobiernos. Según Musgrave y Musgrave (1989), la tributación sirve para alcanzar una serie de objetivos que van desde el financiamiento de servicios públicos hasta la redistribución de ingresos y riqueza dentro de la sociedad. Asimismo, Bird y Zolt (2005) destacan que una buena política tributaria debe buscar una base imponible amplia, tasas moderadas y una administración eficiente para maximizar el cumplimiento voluntario y minimizar los costos de cumplimiento.

Además, James y Nobes (2018) afirman que los sistemas de tributación deben estar diseñados de manera que sean equitativos, eficientes y capaces de fomentar el crecimiento económico sostenible, resaltando que deben existir esfuerzos constantes para mejorar y modernizar los sistemas tributarios para adaptarse a un mundo económico en evolución.

2.2.6. Impacto social y comunitario

El impacto social y comunitario puede definirse como las alteraciones o cambios significativos que una determinada acción o serie de acciones pueden tener en el bienestar de una comunidad o en la sociedad en su conjunto. Según Phills Jr. et al. (2008), el impacto social involucra la creación de soluciones sostenibles para abordar problemas preeminentes en la sociedad, a menudo mediante la colaboración de múltiples partes interesadas. Así mismo, Maas y Liket (2011) indican que el impacto social puede medirse mediante una serie de indicadores que reflejan el grado en que las iniciativas y proyectos han logrado cambiar las condiciones de vida de los grupos afectados de manera positiva.

2.2.7. Innovación social corporativa

La innovación social corporativa es un proceso mediante el cual las empresas desarrollan nuevas estrategias, conceptos, ideas y organizaciones que se centran en mejorar el bienestar de la comunidad o sociedad, fomentando al mismo tiempo un entorno sostenible y ético. Según Chesbrough (2006), la innovación social corporativa se caracteriza por una colaboración más abierta y participativa entre las empresas y sus stakeholders, lo que permite la creación de soluciones más inclusivas y sostenibles. Además, Murray et al. (2010) enfatizan que este tipo de innovación no solo tiene como objetivo la creación de valor económico, sino también el beneficio social, resaltando el papel de las corporaciones como agentes de cambio social positivo.

2.3.Marco Contextual

El municipio de Ocaña, ubicado en el departamento de Norte de Santander en Colombia, se encuentra en una región rica en diversidad cultural y recursos naturales, lo que le confiere un potencial significativo en varios sectores económicos, como la agricultura, el turismo y, especialmente, el comercio. Este municipio cuenta con una rica herencia histórica y cultural, elementos que pueden influenciar significativamente las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la región.

Figura 1.

Mapa de Ocaña, Norte de Santander.



Nota: Figura obtenida de (Google maps, 2023)

En lo que respecta al sector comercio, se destaca por ser uno de los motores principales de la economía local. La región ha visto una proliferación de pequeñas y medianas empresas

(PYMES), que trabajan principalmente en el ámbito de la gastronomía, el turismo y el comercio minorista. Estos negocios no solo contribuyen a la economía local a través de la generación de empleo y la movilización de bienes y servicios, sino que también tienen el potencial de influir significativamente en el desarrollo social y económico de la comunidad a través de prácticas empresariales socialmente responsables.

Sin embargo, es necesario señalar que estas empresas enfrentan varios desafíos, incluyendo la consolidación y crecimiento sostenible. La Responsabilidad Social Corporativa puede ser vista como una estrategia viable para ayudar a estas empresas a navegar estos desafíos, promoviendo no solo su bienestar económico, sino también contribuyendo al desarrollo sostenible de la región. A través de iniciativas de RSC, estas empresas pueden trabajar hacia la creación de un entorno que promueva la equidad social, la protección del medio ambiente, y la prosperidad económica.

En este contexto, el proyecto busca explorar cómo se están desarrollando las prácticas de RSC en materia tributaria en el sector comercial de Ocaña. En particular, el estudio se centrará en analizar las prácticas de las 1259 personas jurídicas y del sector comercio que están registradas en la Cámara de Comercio y que se encuentran activas actualmente. A través de esta investigación, se aspira a arrojar luz sobre cómo estos negocios están integrando las prácticas de RSC en sus operaciones, y cómo esto está impactando tanto en su éxito empresarial como en el bienestar de la comunidad en general.

2.4.Marco Teórico

2.4.1. Teoría de los Stakeholders

Esta teoría, inicialmente propuesta por Freeman en 1984, se centra en la interdependencia entre una organización y los grupos de interés que están directamente afectados por las actividades de esta. Dentro del marco del proyecto, es vital explorar cómo las empresas en Ocaña están respondiendo a las expectativas y necesidades de sus stakeholders, que pueden abarcar desde empleados hasta la comunidad en la que operan. Se deben considerar prácticas tributarias éticas y cómo impactan en las relaciones con estos grupos de interés.

En el contexto de la evolución contemporánea de las empresas, la Teoría de los Stakeholders se erige como una perspectiva fundamental que subraya la red de relaciones y responsabilidades que una corporación tiene hacia diversos actores involucrados, no limitándose únicamente a sus accionistas. Freeman (1984) cimentó las bases de esta teoría, destacando la vital importancia de abordar las expectativas, necesidades y demandas de todos los grupos que están intrínsecamente ligados con las operaciones de una entidad corporativa. Estos grupos de interés, o "stakeholders", pueden ser internos como empleados y accionistas, o externos como proveedores, clientes, comunidad, entre otros.

Dentro del entorno específico del municipio de Ocaña, este proyecto busca desentrañar la dinámica entre las corporaciones locales y sus respectivos stakeholders en el ámbito de la responsabilidad social corporativa, con un enfoque particular en las prácticas tributarias. La meta es analizar cómo estas empresas están alineando sus estrategias tributarias con los intereses y el bienestar de sus grupos de interés, promoviendo así una gestión corporativa ética y sostenible.

Establecer una correlación directa entre las prácticas tributarias responsables y el bienestar de los stakeholders puede ofrecer una vista panorámica sobre el verdadero impacto que las corporaciones tienen en la comunidad de Ocaña. A través de este análisis, se podrían identificar oportunidades para fomentar una cultura de cumplimiento tributario que, a su vez, promueva el desarrollo socioeconómico sostenible en la región.

La relación con el proyecto se destaca aún más cuando se considera que una parte significativa de la investigación está dedicada a evaluar y, posiblemente, reformular las prácticas tributarias existentes de las empresas locales, promoviendo una ética de responsabilidad y cooperación. En última instancia, esta revisión podría servir como una hoja de ruta para cultivar relaciones más saludables y mutuamente beneficiosas entre las empresas y sus stakeholders, contribuyendo así a una sociedad más equitativa y próspera en Ocaña.

2.4.2. Teoría del Triple Resultado (Triple Bottom Line)

Propuesta por John Elkington en 1994, esta teoría destaca la importancia de evaluar el desempeño de una organización en tres dimensiones: social, económica y ambiental. En el proyecto, este marco teórico puede ayudar a analizar cómo las prácticas de RSC en materia tributaria de las empresas en Ocaña contribuyen no sólo a su éxito económico sino también a la mejora de la sociedad y al respeto del medio ambiente.

La Teoría del Triple Resultado, también conocida como Triple Bottom Line (TBL), representa un paradigma fundamental en la esfera de la gestión empresarial sostenible, propuesto inicialmente por John Elkington en el año 1994. Este concepto innovador va más allá de la

tradicional métrica financiera de éxito corporativo, incorporando de manera consciente otras dos dimensiones críticas: social y ambiental. En este sentido, postula que para evaluar completamente el rendimiento y la influencia de una empresa en la sociedad, es necesario considerar simultáneamente su impacto en estos tres ámbitos distintos pero interrelacionados.

En el marco de este proyecto, la aplicación de la Teoría del Triple Resultado posee una importancia cardinal, especialmente en el análisis detenido de las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario en el municipio de Ocaña. Adoptar este enfoque tripartito facilita un análisis exhaustivo que permite determinar cómo las corporaciones locales están balanceando sus metas financieras con las responsabilidades sociales y ambientales. Más aún, puede iluminar caminos por los cuales las empresas pueden no sólo prosperar económicamente, sino también actuar como agentes de cambio positivo en la comunidad y en el entorno natural que las rodea.

El análisis bajo la lente de la Teoría del Triple Resultado podría revelar, por ejemplo, cómo las políticas tributarias justas y equitativas pueden contribuir al bienestar social mediante la redistribución equitativa de recursos, promoviendo así una sociedad más inclusiva y justa. De manera análoga, podría ilustrar cómo una gestión corporativa ambientalmente consciente, incluso en el dominio tributario, puede servir para preservar y proteger los recursos naturales locales, asegurando su disponibilidad para las futuras generaciones.

Al adoptar esta perspectiva tridimensional, el proyecto aspira a desarrollar una hoja de ruta que permita a las empresas en Ocaña alcanzar un equilibrio saludable entre la prosperidad

económica y las responsabilidades social y ambiental, construyendo de esta manera un modelo de negocio sostenible que sirva como un ejemplo próspero y responsable para otras regiones.

2.4.3. Teoría de la Ciudadanía Corporativa

Esta teoría, desarrollada a lo largo de los años, se centra en la responsabilidad de las empresas de ir más allá de las metas económicas, teniendo en cuenta su papel en la sociedad y en la promoción del bien común. La Teoría de la Ciudadanía Corporativa, que ha ido tomando forma y consolidándose con el paso de los años, sustenta la idea de que las empresas, como entidades significativas dentro de la sociedad, deben asumir roles que transcienden las meras aspiraciones de ganancia económica. Esta teoría subraya una visión más holística de la empresa, donde se enfatiza su deber de contribuir activamente al bienestar común, promoviendo valores éticos, equidad, y sustentabilidad a través de sus operaciones y estrategias comerciales.

En el contexto específico de este proyecto, se busca investigar y documentar la manera en que las empresas establecidas en el municipio de Ocaña están encarnando los principios de la ciudadanía corporativa, particularmente en lo que concierne a sus políticas y prácticas tributarias. Se pretende analizar si estas corporaciones están efectivamente reconociendo y actuando sobre su responsabilidad intrínseca de impulsar el desarrollo social y económico de la región, facilitando, de esta manera, la creación de una comunidad más próspera, equitativa, y sostenible.

Se espera que este análisis provea insights profundos sobre cómo estas empresas están, o pueden estar, integrando políticas tributarias que no solo cumplen con los requisitos legales, sino que también reflejan una preocupación genuina por el entorno socioeconómico en el que operan.

Se busca examinar si están realizando contribuciones significativas que faciliten la mejora de infraestructuras locales, la promoción de la educación, la potenciación de iniciativas comunitarias, entre otros aspectos cruciales que conforman la columna vertebral de una sociedad saludable y progresiva.

Además, el proyecto aspira a destacar cómo una adopción vigorosa de los principios de la ciudadanía corporativa puede no solo mejorar la imagen pública de una empresa y fortalecer su relación con los stakeholders, sino también cultivar un ambiente en el que las empresas pueden prosperar junto con la comunidad en la que están insertas. En última instancia, el objetivo es esbozar estrategias y recomendaciones que puedan guiar a las empresas de Ocaña hacia una ruta de desarrollo que honre las premisas de la responsabilidad y la ciudadanía corporativa, creando así un ciclo virtuoso de crecimiento mutuo y beneficio compartido.

2.5.Marco Legal

El marco legal que rige la responsabilidad social empresarial (RSE) en Ocaña Norte de Santander, así como a nivel nacional, se fundamenta en un conjunto de regulaciones y principios que combinan la ética y sostenibilidad empresarial con deberes y beneficios tributarios (Ley 1340 de 2009; Ley 1753 de 2015). Localmente, el "Estatuto de Rentas del Municipio de Ocaña", establecido por el Acuerdo No. 013 de 15 de diciembre de 2022, define las rentas municipales, señalando los contribuyentes, hechos generadores, bases gravables, tarifas y otros elementos esenciales del tributo (Alcaldía de Ocaña, Acuerdo 013, 2022).

En el ámbito local, la RSE está guiada por una serie de disposiciones constitucionales y legislativas que enfatizan la protección de los derechos humanos, laborales y medioambientales, así como la promoción de una cultura corporativa libre de corrupción (Ley 1340 de 2009). Por ejemplo, la "Ley 1340 de 2009" fomenta la competencia sana y leal en el sector empresarial, y la "Ley 1753 de 2015" incide en el desarrollo sostenible y la inclusión social. A su vez, el "Decreto 2041 de 2014" establece lineamientos para la gestión ambiental en distintos sectores de la economía (Decreto 2041, 2014).

Existen numerosos incentivos tributarios en Colombia que alientan la RSE. Estos incluyen descuentos fiscales para aquellos que invierten en el sector agropecuario, conservación ambiental, ciencia y tecnología, o realizan donaciones a entidades sin fines de lucro (Decreto 624, 1989, Arts. 249 y 255). Asimismo, existen deducciones fiscales específicas para empresas que contribuyen a la educación de sus empleados, realizan donaciones a bibliotecas y corporaciones dedicadas a la protección de derechos humanos, entre otras (Decreto 624, 1989, Art. 143).

En el ámbito internacional, las empresas colombianas también pueden adherirse a normativas y guías externas que promueven la RSE, como la "Guía ISO 26000", que proporciona directrices sobre cómo las organizaciones pueden operar de manera socialmente responsable (ISO26000, 2010). Otro marco relevante es el "Pacto Mundial de las Naciones Unidas", que establece una serie de principios en áreas como derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción (Naciones Unidas, 2000).

Es fundamental mencionar la "Directriz de la OCDE para Empresas Multinacionales", que establece estándares para una conducta empresarial responsable en diversos contextos (OCDE, 2011).

Por lo tanto, es vital que el proyecto en cuestión no solo se adhiera estrictamente a las normas locales, sino que también aspire a cumplir con las normas y directrices internacionales de RSE, integrando una perspectiva global en su estrategia de responsabilidad social. Este enfoque permitirá que el proyecto alcance una relevancia y un impacto más amplios, fomentando una cultura de responsabilidad social que es tanto localmente arraigada como globalmente consciente.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1.Tipo de investigación

El proyecto de investigación adoptó un enfoque cuantitativo, el cual, según Sampieri (2006), se fundamenta en la evaluación estadística y análisis numérico de una realidad objetiva, con el objetivo de determinar predicciones o identificar patrones de comportamiento del fenómeno estudiado. La investigación tuvo un diseño no experimental de tipo trasversal descriptivo, puesto que se buscó por medio de la aplicación de cuestionarios y la investigación documental contrastada con el análisis de los atributos propios de las empresas del sector privado del municipio obtener conclusiones sobre características y cumplimiento de normativa.

En primera instancia, se procedió a realizar una revisión teórica en cuanto a los beneficios e incentivos al sector empresarial que acoge las prácticas de responsabilidad social corporativa. A continuación, se visitó cada una de estas entidades con el propósito de verificar la implementación o falta de prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social en el ámbito tributario.

Finalmente, se analizaron los datos recolectados para obtener conclusiones precisas, las cuales determinaron si existe, en efecto, una violación de los principios tributarios y de responsabilidad social en el municipio en cuestión. Este procedimiento no solo proporcionó una vista panorámica de la situación actual, sino que también facilitó la identificación de áreas donde se pueden implementar mejoras significativas. Con este estudio, se buscó fomentar una cultura empresarial ética y responsable en Ocaña, contribuyendo positivamente al desarrollo socioeconómico de la región.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

La población estuvo conformada por las 5387 personerías jurídicas del sector comercio del municipio de Ocaña (Cámara de Comercio de Ocaña, 2022).

3.2.2. Muestra

Teniendo en cuenta el tamaño de la población se requirió acudir al uso de la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas:

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

Donde,

N= Población

Z = Nivel de Confianza = 95%

P = Proporción de Aceptación = 50% = 0.50

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.50

e = Error estimado = 5% = 0.05

n = muestra

Así,

$$n = \frac{5046(0{,}5 * 0{,}5)(1{,}96)^2}{(5046-1)0{,}05^2 + [(1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5)]} = 359\ comerciantes$$

3.3. Seguimiento metodológico del proyecto

Tabla 1.

Seguimiento metodológico del proyecto

Objetivos	Actividades	Indicadores
Identificar los elementos esenciales de la Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario	1. Revisión bibliográfica de literatura relevante. 2. Análisis y síntesis de la información recopilada.	1. Número de documentos revisados. 2. Lista de elementos esenciales identificados.
Diagnosticar el estado actual de la responsabilidad social corporativa en materia tributaria en el municipio de Ocaña	1. Diseño de herramientas de diagnóstico 2. Aplicación de herramientas a empresas locales. 3. Análisis de datos recogidos. 4. Elaboración de informe de diagnóstico.	1. Número de herramientas diseñadas. 2. Número de empresas encuestadas. 3. Porcentaje de empresas que cumplen con RSC en el ámbito tributario. 4. Informe de diagnóstico completado.
Plantear estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario en el municipio de Ocaña Norte de Santander	1. Elaboración de un plan de estrategias de RSC en ámbito tributario.	1. Plan de estrategias creado.

3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de información

En este proyecto, se utilizaron diversas técnicas e instrumentos para la recolección de información que permitieron alcanzar los objetivos planteados:

3.4.1. Revisión documental

Esta técnica implica el análisis crítico de documentos oficiales, artículos científicos, informes técnicos y bibliografía relevante relacionada con la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito tributario.

Instrumentos: Fichas bibliográficas, bases de datos académicas, archivos de organismos oficiales.

3.4.2. Encuestas

Se diseñaron cuestionarios estructurados para recopilar datos de una muestra representativa de las empresas en Ocaña del sector comercio que permitieron diagnosticar el estado actual de la responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario.

Teniendo en cuenta este escrito se hace la encuesta bajo la escala Likert acá propuesta y las preguntas relacionadas con RSC en lo tributario.

Tabla 2.

Escala de valuación de indicadores

Nivel	Valor Numérico	Valor Nominal
Totalmente en desacuerdo	1	Sin importancia
En desacuerdo	2	Poco Importante
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3	Neutral
De acuerdo	4	Importante
Totalmente de acuerdo	5	Muy importancia

El cuestionario estuvo dividido en tres partes: Iniciando con las instrucciones, el cual hace una breve introducción al cuestionario y se hace énfasis en el objetivo de la investigación, dejando claro la reserva de la información de forma anónima. Una segunda parte hace referencia a los datos generales de la empresa como nivel de estudios del gerente, número de empleados, años de la empresa en el mercado y por último se hizo el cuestionario bajo la escala Likert compuesto por 20 preguntas que permitan la evaluación de la responsabilidad social empresarial en el ámbito tributario.

3.4.3. Análisis de Datos Secundarios

Este análisis implicó la revisión de datos ya existentes, como registros tributarios o informes de sostenibilidad, para identificar patrones y tendencias relevantes.

Instrumentos: Bases de datos gubernamentales, informes de sostenibilidad corporativa, software de análisis de datos.

3.5. Trabajo de campo y análisis de datos

La información suministrada por las diferentes empresas dedicadas al sector comercio de bienes y servicios del municipio de Ocaña se tabularon de acuerdo con la frecuencia de las respuestas y se representó a través de gráficos circulares.

3.6.Presentación de resultados

A partir de la información obtenida tras la aplicación del cuestionario se emitió un diagnóstico que permitió determinar el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial el compromiso social de las empresas y la propuesta de un plan de mejoramiento.

Capítulo 4. Resultados

4.1. Elementos esenciales de la Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario trasciende a la conformidad con las leyes y reglamentos fiscales, introduciendo una dimensión ética y social en las prácticas fiscales de una empresa. En este contexto, se emerge una pregunta crucial: ¿Cuáles son los elementos fundamentales que definen la RSC en materia tributaria desde una perspectiva que no solo cumpla con las expectativas legales, sino que también se alinee con las expectativas éticas y sociales de los stakeholders? Referenciando obras claves en el campo, como las de Calderón Carrero (2019), y diversos informes de la OCDE (2010, 2016, 2020), este desarrollo busca identificar y desglosar estos elementos esenciales.

4.1.1. Transparencia y Divulgación Proactiva

La RSC implica una transparencia en las políticas fiscales de la empresa y una divulgación proactiva de sus prácticas fiscales a los stakeholders (Calderón, 2019). Según la OCDE (2016), un marco de colaboración y conformidad fiscal eficaz debe apoyar la transparencia y la cooperación entre las autoridades fiscales y las corporaciones.

La transparencia y divulgación proactiva se destacan como pilares cruciales en la integración de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la gestión tributaria de las empresas. Calderón Carrero (2019) y la OCDE (2016) enfatizan la imperatividad de estas prácticas, no solo como un método para garantizar la conformidad con las normativas fiscales, sino también como un mecanismo para consolidar la confianza entre las corporaciones,

stakeholders y las autoridades fiscales. Los sub-Elementos de Transparencia y Divulgación Proactiva son los siguientes:

4.1.1.1 Divulgación Completa de Prácticas Fiscales. Involucra la publicación de políticas fiscales, metodologías de cálculo de impuestos, y detalles de pagos fiscales a nivel mundial y local. La divulgación también puede incluir la participación de las empresas en jurisdicciones de baja imposición y la justificación de tales decisiones desde una perspectiva de negocio.

4.1.1.2 Transparencia en Interacciones con las Autoridades Fiscales. Reflejar de manera transparente las interacciones y negociaciones con las autoridades fiscales, presentando claramente las posturas de la empresa y las autoridades respectivas. Es crucial mantener una transparencia con respecto a las decisiones de las autoridades fiscales, incluyendo resoluciones acordadas y disputas en curso.

4.1.1.3 Revelación de Estrategias Fiscales. Involucra la divulgación proactiva de la estrategia fiscal de la empresa, subrayando los principios y consideraciones éticas que guían la planificación y decisiones fiscales. La estrategia fiscal debe ser clara en su intención de cumplir no solo con la letra de la ley, sino también con el espíritu de esta, garantizando una justa contribución fiscal.

4.1.1.4 Divulgación de Riesgos Fiscales. Las empresas deben ser transparentes respecto a los riesgos fiscales que enfrentan, incluyendo tanto riesgos legales como aquellos asociados a

la reputación. La transparencia sobre cómo la empresa gestiona estos riesgos es igualmente vital para proporcionar a los stakeholders una visión completa de las prácticas fiscales de la empresa.

Por ejemplo, las multinacionales, a menudo bajo el escrutinio público debido a sus intrincadas estructuras fiscales y operaciones globales, pueden utilizar la divulgación proactiva como un instrumento para demostrar el cumplimiento y, crucialmente, para disipar las percepciones de elusión fiscal. La clara presentación de sus políticas fiscales, pagos de impuestos en diversas jurisdicciones y su enfoque hacia la gestión de riesgos fiscales proporciona un medio para mitigar los riesgos reputacionales y fomentar una imagen corporativa positiva.

Adicionalmente, la transparencia fiscal es intrínseca al buen gobierno corporativo y se alinea con los principios éticos de la empresa, asegurando que las partes interesadas puedan tomar decisiones informadas acerca de interactuar o invertir en una empresa. Las corporaciones pueden, por tanto, alinear su divulgación fiscal con sus valores corporativos, reflejando un compromiso no solo con la rentabilidad, sino también con la responsabilidad y la ética fiscal (Ulloque & Romero, 2015).

La transparencia y divulgación proactiva en el ámbito tributario, por tanto, se entrelazan con la percepción pública y el posicionamiento del mercado de una empresa, manifestando su compromiso con una fiscalidad justa y responsable. Además, proporciona un medio para que las corporaciones demuestren cómo sus prácticas fiscales se interconectan con su misión, valores y responsabilidad hacia los stakeholders y la sociedad en general.

4.1.2. Ética y Cumplimiento Fiscal

La ética fiscal va más allá del mero cumplimiento legal y aborda el compromiso de una empresa con prácticas fiscales que consideren los impactos sociales y económicos (Von Jhering, 1872). Una ética fiscal robusta se relaciona con la adhesión a los principios fiscales que sustentan no solo la conformidad legal sino también el compromiso con la equidad y la justicia fiscal.

El cumplimiento fiscal y la ética tributaria van más allá de adherirse simplemente a las normativas legales y reglamentarias. Este elemento entrelaza las praxis fiscales de una empresa con un contexto social más amplio, demostrando una consideración y responsabilidad hacia las implicaciones sociales y económicas de las estrategias fiscales que adoptan las corporaciones. Von Jhering (1872) reconoció la relevancia de mirar más allá del cumplimiento legal y considerar un espectro más amplio que impacta la justicia y el bienestar social.

Las decisiones fiscales éticas, por tanto, se convierten en una manifestación tangible del compromiso de una empresa con una práctica empresarial responsable y ética, forjando un camino que va más allá del cumplimiento y se adentra en el reino de la contribución positiva a la sociedad.

Sub-Elementos de Ética y Cumplimiento Fiscal:

4.1.2.1 Adhesión a Normativas. El cumplimiento estricto de las normativas fiscales, tanto en términos de pagos de impuestos como de presentación de informes, establece la base de una gestión fiscal ética.

4.1.2.2 Consideración de Impactos Sociales. La ética fiscal implica reconocer y mitigar los impactos adversos que las decisiones fiscales puedan tener sobre la sociedad y la economía.

4.1.2.3 Gestión de la Equidad Fiscal. Las estrategias y praxis fiscales deben ser guiadas por un sentido de justicia y equidad, asegurando que la corporación pague una cantidad justa de impuestos.

4.1.2.4 Transparencia en Prácticas Fiscales. La ética fiscal también demanda transparencia y honestidad en todas las actividades fiscales y transacciones para garantizar que los stakeholders puedan evaluar la justicia y equidad de las praxis fiscales (Ulloque & Romero, 2015).

Un caso ilustrativo podría ser aquel en el que una corporación, a pesar de tener la oportunidad de minimizar sus obligaciones fiscales mediante tácticas legales, como la localización de activos en jurisdicciones de baja tributación, elige no hacerlo para preservar su compromiso con la justicia fiscal y su responsabilidad hacia la sociedad donde opera.

4.1.2.5 Implicaciones de una Ética Fiscal Robusta.

Reputación Corporativa:

La gestión ética de asuntos fiscales puede reforzar positivamente la reputación de la empresa, cimentando una imagen de corporación responsable y ética.

Relaciones con Stakeholders:

Los stakeholders, incluyendo inversores, clientes y empleados, valoran las empresas que demuestran integridad y responsabilidad, lo cual, a su vez, puede influir positivamente en la lealtad y la inversión.

Riesgo Reducido:

Minimiza los riesgos relacionados con investigaciones fiscales y daño reputacional, ya que la empresa actúa más allá del simple cumplimiento legal, evitando estrategias fiscales agresivas.

Aunque la ética y el cumplimiento fiscal encarnan desafíos particulares en el entorno empresarial globalizado y digital de hoy, también presentan oportunidades para que las empresas demuestren liderazgo y responsabilidad. Una postura ética hacia los asuntos fiscales no solo mitiga los riesgos, sino que también pone de manifiesto una corporación que valora su papel y su impacto en la sociedad, construyendo así puentes de confianza con los stakeholders y las comunidades en las que opera (Ulloque & Romero, 2015).

4.1.3. Gestión de Riesgos Fiscales

La gestión de riesgos fiscales se alinea con la perspectiva de RSC cuando no solo se enfoca en mitigar los riesgos financieros y legales, sino también en evitar los riesgos reputacionales asociados con la planificación fiscal agresiva (Calderón Carrero, 2019). La OCDE (2020) destaca la importancia de una gestión de riesgos fiscales que considere el impacto global y las implicaciones de las prácticas fiscales de una empresa en la economía y la sociedad en general.

Incorporar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la gestión de riesgos fiscales sugiere un enfoque que trasciende los límites de la simple prevención de riesgos financieros y legales, e integra en sus estrategias la consideración de los posibles impactos socioeconómicos y reputacionales que derivan de las decisiones fiscales de una empresa. Tanto Calderón Carrero (2019) como la OCDE (2020) subrayan la importancia de este enfoque integrador en la administración de los riesgos fiscales.

Sub-Elementos Clave en la Gestión de Riesgos Fiscales:

4.1.3.1 Mitigación de Riesgos Financieros y Legales. Se enfoca en garantizar que la empresa cumpla con todas las obligaciones fiscales pertinentes y minimize las posibilidades de sanciones o litigios fiscales (Calderón Carrero, 2019).

4.1.3.2 Prevención de Riesgos Reputacionales. Trata de evadir cualquier práctica fiscal que, aunque pueda ser legal, pueda ser percibida como inmoral o injusta por los stakeholders, y pueda dañar la reputación de la empresa.

4.1.3.3 Responsabilidad y Coherencia Fiscal. Asegura que las decisiones fiscales están alineadas con las expectativas de los stakeholders y no contravienen los valores y principios de la empresa (Calderón Carrero, 2019).

4.1.3.4 Impacto Socioeconómico. Involucra la evaluación y mitigación de los efectos que las decisiones fiscales pueden tener en la sociedad y economía donde opera la empresa.

Un ejemplo palpable de la gestión de riesgos fiscales podría ser una empresa que, al diseñar su estrategia fiscal, evalúa meticulosamente no solo las implicaciones legales y financieras, sino también cómo dicha estrategia será percibida por sus stakeholders y cuál será su impacto en la comunidad en términos de contribuciones fiscales y apoyo a la infraestructura y servicios públicos. Implicaciones y Reflexión:

Viabilidad a Largo Plazo:

La adhesión a una gestión de riesgos fiscales que tiene en cuenta los aspectos de RSC se traduce en una empresa que salvaguarda su viabilidad y éxito a largo plazo al mantener una relación armoniosa con sus stakeholders y la sociedad.

Contribución Social Positiva:

Asegura que la empresa contribuye de manera justa a las sociedades en las que opera, financiando de manera adecuada los servicios públicos y infraestructuras mediante sus impuestos.

Solidificación de la Reputación:

Preservar una imagen positiva a través de prácticas fiscales éticas y responsables contribuye a una reputación robusta y relaciones sólidas con los stakeholders.

Concluyendo, una gestión de riesgos fiscales que está impregnada de principios de RSC no solo resguarda a la empresa contra amenazas financieras, legales y reputacionales, sino que

también subraya su compromiso con una operación empresarial que es justa, ética y contributiva hacia el bienestar socioeconómico general.

Esta gestión de riesgos fiscales proactiva y considerada, por tanto, fortalece la posición de la empresa tanto en el mercado como en la sociedad, asegurando que sus prácticas fiscales reflejen sus valores y compromiso con una conducta empresarial sostenible y ética.

4.1.4. Cooperación con Autoridades Fiscales

La cooperación y el diálogo continuo con las autoridades fiscales es un componente clave de la RSC en el ámbito tributario (OCDE, 2010). Este elemento no solo facilita el cumplimiento fiscal, sino que también promueve una relación positiva y cooperativa entre las empresas y las autoridades fiscales, reduciendo la adversidad y promoviendo la eficiencia en la administración fiscal.

El papel de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la cooperación con las autoridades fiscales representa un enfoque que supera el simple cumplimiento de las obligaciones fiscales y entra en un territorio donde las empresas se convierten en socios proactivos en la creación de un sistema tributario eficaz y justo. Según la OCDE (2010), esta cooperación y el diálogo constructivo con las autoridades fiscales se presentan no solo como facilitadores del cumplimiento fiscal, sino también como cimentadores de una relación recíprocamente beneficiosa entre las entidades empresariales y las autoridades fiscales.

Sub-Elementos Clave en la Cooperación con Autoridades Fiscales:

4.1.4.1 Diálogo Continuo. Establecer canales de comunicación efectivos para garantizar un intercambio constante de información y aclarar dudas o disputas en las etapas iniciales.

4.1.4.2 Colaboración Proactiva. Participación activa en iniciativas conjuntas, ofreciendo insights desde el sector privado para facilitar las reformas fiscales y mejorar los marcos regulatorios existentes.

4.1.4.3 Transparencia Activa. Compartir de manera proactiva información relacionada con las prácticas y estrategias fiscales, demostrando un compromiso con la transparencia y la integridad.

4.1.4.4 Conformidad Cooperativa. Adoptar un enfoque que respalde las iniciativas de conformidad fiscal y reduzca la necesidad de intervenciones correctivas por parte de las autoridades fiscales.

Una corporación que pone en práctica una estrategia de cooperación efectiva podría involucrarse en diálogos regulares con las autoridades fiscales, participar activamente en consultas sobre nuevas políticas fiscales, y adoptar un enfoque de transparencia al compartir datos relevantes, facilitando así las evaluaciones y auditorías fiscales (Calderón Carrero, 2019).

Implicaciones y Reflexión:

Reducción de Conflictos:

El establecimiento de una relación positiva y de cooperación minimiza la ocurrencia de disputas fiscales y facilita resoluciones más rápidas y menos conflictivas cuando surgen desacuerdos.

Mejora del Entorno Fiscal:

Las aportaciones de las empresas pueden ser vitales para ayudar a las autoridades fiscales a entender mejor los desafíos del sector privado y adaptar las políticas fiscales de manera efectiva.

Fortalecimiento de la Reputación:

La cooperación abierta y proactiva con las autoridades fiscales refuerza la percepción de la empresa como una entidad comprometida con la justicia fiscal y la responsabilidad social.

Seguridad Jurídica:

La colaboración estrecha puede ofrecer una mayor certeza y claridad en la aplicación de las normativas fiscales, garantizando una planificación fiscal más precisa y segura.

La cooperación con las autoridades fiscales, por ende, se materializa como un compromiso que trasciende el cumplimiento pasivo de las normativas fiscales y se entrelaza con un papel activo en la promoción de un sistema tributario eficiente y equitativo (Calderón Carrero, 2019).

Es fundamental que esta cooperación se desarrolle de manera genuina y se integre en la estrategia general de RSC de la empresa, asegurando así que las prácticas fiscales no solo estén en conformidad con la ley, sino que también alineen con los principios éticos y responsables en el ámbito fiscal y social.

4.1.5. Inclusión de Stakeholders en Decisiones Fiscales

La inclusión de los stakeholders en la formulación y divulgación de políticas fiscales es vital para garantizar que las prácticas fiscales de una empresa se alineen con las expectativas y valores de sus stakeholders (OCDE, 2016). Esta inclusión garantiza que las prácticas fiscales de una empresa sean consideradas y aceptadas, no solo por la dirección y los accionistas, sino por la comunidad en general (Calderón Carrero, 2019).

La integración de stakeholders en las decisiones fiscales se ha vuelto primordial en un escenario donde las empresas buscan conjugar su responsabilidad social corporativa (RSC) con estrategias fiscales que reflejen una conciencia tanto ética como social. Según la OCDE (2016), esta inclusión no solo fortalece la transparencia y aceptación de las prácticas fiscales de una empresa sino también fomenta un enfoque de gestión fiscal que considera diversos intereses y perspectivas, reflejando los valores de sus stakeholders y la sociedad en su conjunto.

Sub-Elementos Esenciales para la Inclusión de Stakeholders:

4.1.5.1 Comunicación Transparente. Establecer canales que permitan a los stakeholders acceder fácilmente a información relevante y comprensible sobre las políticas fiscales y prácticas de la empresa.

4.1.5.2 Espacios de Diálogo y Consulta. Crear foros, encuestas o mesas redondas para entender las preocupaciones y expectativas de los stakeholders en relación con las políticas fiscales de la empresa.

4.1.5.3 Informes de Impacto. Desarrollar y compartir informes que destaquen el impacto de las prácticas fiscales en diversos ámbitos, como lo social, económico y ambiental.

4.1.5.4 Políticas Fiscales Inclusivas. Diseñar políticas fiscales que consideren las implicaciones y beneficios para una gama amplia de stakeholders, asegurando una distribución justa de los beneficios y cargas fiscales (Calderón Carrero, 2019).

Una empresa podría emplear encuestas y diálogos abiertos con sus stakeholders para entender sus perspectivas sobre la justicia y eficacia de sus prácticas fiscales. Posteriormente, estos insights podrían ser integrados en las políticas fiscales y estrategias de la empresa, asegurando que estas no solo cumplan con la normativa legal, sino que también resuene positivamente con sus diferentes públicos de interés.

Reflexión e Implicaciones:

Alineación con Valores Corporativos:

Asegurando que las decisiones fiscales reflejen los valores corporativos y sean coherentes con las expectativas de los stakeholders, las empresas pueden fortalecer su reputación y confiabilidad en el mercado.

Fortalecimiento de la Legitimidad Fiscal:

Las prácticas fiscales que consideran y responden a las expectativas de los stakeholders adquieren una mayor legitimidad y aceptación social, protegiendo a la empresa de críticas y posibles repercusiones negativas.

Fomento de la Justicia Fiscal:

Involucrar a los stakeholders puede ayudar a las empresas a equilibrar sus estrategias fiscales, asegurando que estas no solo sean beneficiosas para la empresa, sino también justas y positivas para la sociedad en general.

La inclusión de stakeholders en decisiones fiscales propone un enfoque de gestión fiscal que es inclusivo, transparente y reflexivo de los valores y expectativas de una amplia gama de entidades interesadas, solidificando así la responsabilidad social corporativa de la empresa y su compromiso con la equidad y transparencia fiscal.

Al incrustar la inclusión de stakeholders en la estructura de las decisiones fiscales, las empresas se posicionan como entidades que respetan y valoran las perspectivas de aquellos que están impactados por sus acciones fiscales, fortaleciendo así sus prácticas de RSC y sus relaciones con el entorno social y económico en el que operan.

La identificación de los elementos esenciales de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario ha proporcionado un profundo insight en cómo las organizaciones pueden entrelazar de manera efectiva sus estrategias fiscales con principios socialmente

responsables. La transparencia y la divulgación proactiva emergen como pilares, subrayando la importancia de una comunicación abierta y honesta respecto a las políticas fiscales de la empresa, garantizando que los stakeholders y la sociedad en su conjunto puedan comprender y evaluar sus prácticas fiscales de manera informada.

En la misma línea, la ética y cumplimiento fiscal se destacan como elementos cruciales, no solo enfatizando la adherencia a las leyes fiscales, sino también resaltando la necesidad de considerar las implicaciones socioeconómicas de las decisiones fiscales. Además, la gestión de riesgos fiscales no solo se presenta como una estrategia para salvaguardar la posición financiera y legal de la empresa, sino también como un medio para proteger su reputación mediante la prevención de riesgos asociados con la planificación fiscal agresiva.

Por otro lado, la cooperación con autoridades fiscales es resaltada como un elemento vital, enfocándose no solo en facilitar el cumplimiento fiscal sino también en construir una relación positiva y constructiva entre las corporaciones y las autoridades fiscales. Este enfoque busca reducir la adversidad y promover la eficiencia en la administración fiscal, creando un ambiente donde la conformidad no es vista como una obligación onerosa, sino como un compromiso cooperativo.

La inclusión de los stakeholders en las decisiones fiscales enfatiza el imperativo de incorporar las expectativas y valores de los interesados en las políticas fiscales de la empresa, asegurando que las prácticas fiscales no solo sean aceptadas por la dirección y los accionistas, sino también por la comunidad en su conjunto. En conclusión, los elementos identificados proporcionan un marco sólido para las empresas que buscan integrar efectivamente la

responsabilidad social en su enfoque y gestión fiscales, contribuyendo así al desarrollo de una sociedad más justa y económicamente sostenible, mientras también fortalecen su integridad y reputación en el mercado global.

En definitiva, la RSC en el contexto fiscal se materializa cuando las empresas adoptan una gestión fiscal que considera ampliamente su impacto y valor para todos los stakeholders involucrados, contribuyendo así a la construcción de una sociedad más justa y económicamente sostenible. La implementación y comunicación efectiva de estos elementos, respaldados por prácticas coherentes y transparentes, constituyen un paso crucial hacia la consolidación de una imagen empresarial que es congruente, éticamente robusta y socialmente alineada.

4.2. Diagnóstico de la responsabilidad social corporativa en materia tributaria en el municipio de Ocaña.

Ocaña, un municipio ubicado en una región estratégica de Colombia, desempeña un papel notable en la economía local y regional. Con una base empresarial diversa, el sector comercial en el municipio ha sido tradicionalmente una fuente vital de ingresos y empleo para la población local. Las empresas en Ocaña varían desde pequeños negocios familiares hasta medianas empresas, todas las cuales contribuyen significativamente al dinamismo económico y social del área.

El ambiente empresarial se ve influenciado por un conjunto de regulaciones tributarias que buscan, entre otros objetivos, generar ingresos para el desarrollo local y regional. Sin embargo, el marco fiscal y las políticas tributarias locales pueden presentar desafíos y

oportunidades para los negocios en Ocaña, influyendo en su capacidad para crecer, invertir y, en última instancia, cumplir con sus obligaciones tributarias de manera efectiva y eficiente.

El cumplimiento fiscal, un componente esencial para la estabilidad financiera de cualquier municipio, es un tema de considerable importancia, especialmente en el contexto de Ocaña, donde el sector comercial desempeña un papel crucial en la prosperidad local. Sin embargo, más allá del cumplimiento normativo, emerge una cuestión intrínsecamente ligada a la ética y responsabilidad: ¿Hasta qué punto las empresas en Ocaña integran la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en su estrategia tributaria?

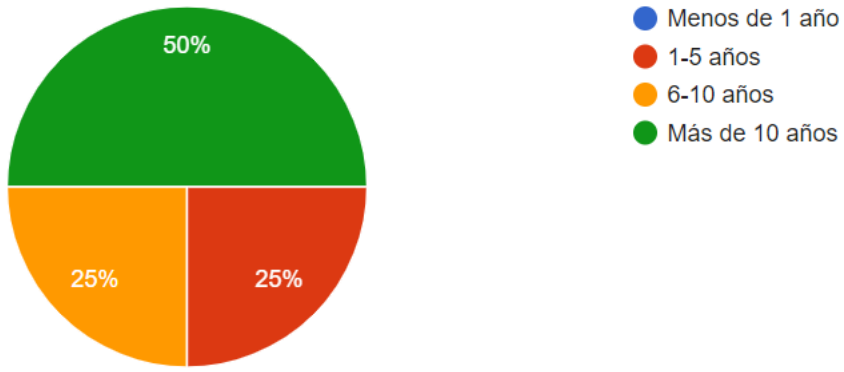
A fin de diagnosticar la RSC en materia tributaria en el municipio, se implementó una encuesta dirigida a una muestra de empresarios del sector comercio. La iniciativa buscó no solo explorar el nivel de cumplimiento fiscal, sino también entender en qué medida las prácticas fiscales de las empresas están alineadas con principios de responsabilidad y ética social corporativa. Con un énfasis en identificar percepciones, actitudes y posiblemente descubrir la existencia de brechas entre la práctica fiscal y la RSC, los hallazgos de la encuesta proporcionan una perspectiva valiosa sobre la relación entre fiscalidad y responsabilidad social en el ámbito comercial de Ocaña.

En los siguientes segmentos, se desentrañarán y analizarán los datos recopilados, con un enfoque en comprender la correlación entre las estrategias fiscales de las empresas en Ocaña y su adherencia a los principios de responsabilidad social corporativa, proporcionando así un panorama sobre la integración de la ética fiscal en el contexto empresarial local.

4.2.1. Tabulación y análisis de datos

Figura 2.

¿Cuántos años lleva operando su empresa?



La Figura 2 representa los porcentajes relacionados con la cantidad de años que las empresas encuestadas han estado operando en el municipio de Ocaña. Se destaca que un 50% de las empresas lleva operando más de 10 años, sugiriendo una presencia consolidada y un negocio sólido en la comunidad. Estas empresas, posiblemente, han navegado a través de diferentes condiciones del mercado y ciclos económicos, lo que podría insinuar que han adoptado estrategias comerciales y fiscales efectivas que les han permitido mantenerse y prosperar a lo largo del tiempo.

En contraste, se observa que un 25% de las empresas llevan operando entre 1-5 años, mientras que otro 25% ha estado en el mercado entre 6-10 años, proporcionando un espectro equilibrado de empresas en diferentes etapas de desarrollo y consolidación. El segmento de 1-5 años podría estar en las etapas iniciales de crecimiento y posiblemente exploración de

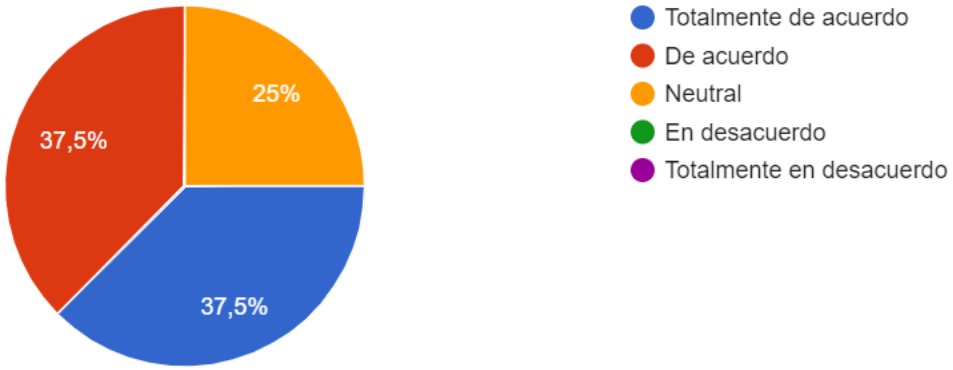
estrategias, mientras que las empresas en el segmento de 6-10 años pueden haber experimentado un cierto grado de estabilización y consolidación en el entorno del mercado local.

Es notable la ausencia de empresas con menos de 1 año de operación en la muestra, lo que puede apuntar hacia varias interpretaciones, como potenciales barreros para nuevos emprendimientos, una estabilidad notable de las empresas existentes, o una baja en la tasa de creación de empresas recientemente.

Este perfil de antigüedad empresarial proporciona una visión del ambiente empresarial en el municipio de Ocaña, sirviendo como un punto de inicio para entender la experiencia y potencial resiliencia de las empresas en el contexto local.

Figura 3.

¿Está familiarizado con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?



La Figura 3 revela un panorama interesante sobre el nivel de familiaridad de las empresas del municipio de Ocaña con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Es destacable que un 37,5% de las empresas encuestadas afirma estar "totalmente de acuerdo" con

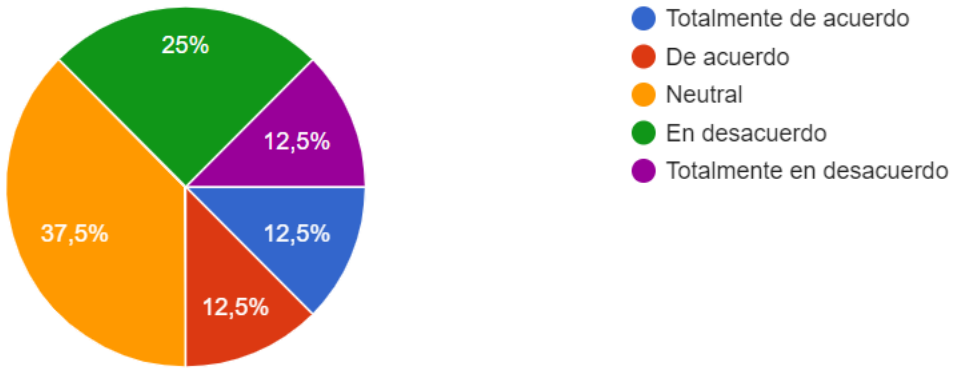
estar familiarizadas con la RSC, y otro 37,5% está "de acuerdo" con esta afirmación. Esto sugiere que una mayoría significativa, que suma el 75%, tiene un nivel de comprensión o conocimiento sobre la RSC.

Por otro lado, un 25% de las empresas se mantuvo "neutral" respecto a su familiaridad con la RSC, lo cual podría interpretarse como una falta de seguridad en su conocimiento acerca de la RSC o que tienen un conocimiento superficial sobre el tema. Es notable, y un punto positivo, que ninguna empresa seleccionó las opciones de "en desacuerdo" o "totalmente en desacuerdo", lo que indica que no hay un desconocimiento total o rechazo del concepto de RSC en la muestra.

Esta distribución en las respuestas puede proporcionar una base sobre la cual se pueden desarrollar futuras estrategias e intervenciones en el municipio. El reconocimiento generalizado del concepto de RSC ofrece un terreno fértil para la implementación de prácticas de RSC en la región y sugiere que las discusiones o iniciativas posteriores sobre prácticas tributarias responsables podrían ser recibidas con una base de conocimiento existente entre los empresarios. También plantea preguntas sobre cómo este conocimiento de la RSC se traduce en prácticas y políticas empresariales en el contexto de Ocaña y abre el camino para una exploración más profunda sobre cómo las empresas están actualmente implementando, o podrían implementar, prácticas de RSC, especialmente en el ámbito tributario.

Figura 4.

¿Conoce los beneficios tributarios a los que puede acceder la empresa al implementar un programa de RSE?



La Figura 4 ilustra las percepciones de las empresas en el municipio de Ocaña respecto a su conocimiento sobre los beneficios tributarios que se pueden obtener al implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La diversificación en las respuestas apunta a una variedad de niveles de conocimiento y perspectivas sobre este aspecto particular de la RSE.

Un 12,5% de los encuestados manifiesta estar "totalmente de acuerdo" con que conocen los beneficios tributarios vinculados a la implementación de programas de RSE, y un porcentaje igual, 12,5%, se sitúa en la categoría de "de acuerdo". Esto denota que el 25% de los participantes tiene algún grado de conocimiento sobre los incentivos fiscales asociados a las prácticas de RSE.

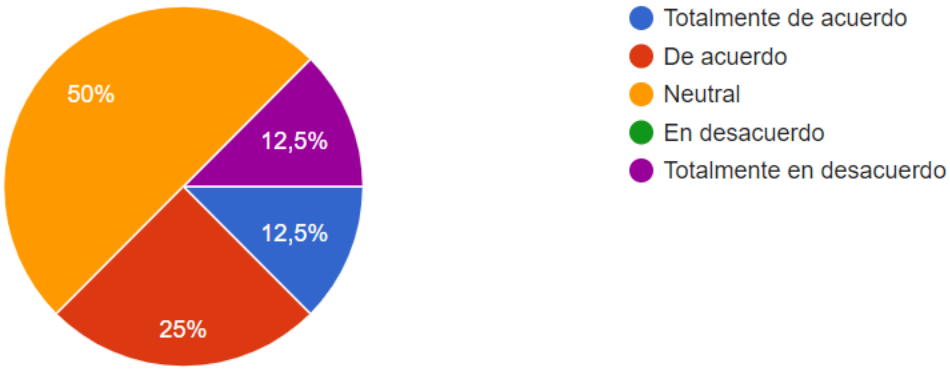
Sin embargo, el 37,5% de los respondientes adoptó una postura "neutral", que podría interpretarse como una incertidumbre o conocimiento limitado respecto a los beneficios

tributarios de implementar la RSE. Además, un 25% se encuentra en desacuerdo y un 12,5% está totalmente en desacuerdo, sumando un 37,5%, lo que refleja una proporción considerable de los encuestados que no está al tanto de los beneficios fiscales relacionados con la RSE.

Esta heterogeneidad en las respuestas señala un espacio significativo para la mejora del conocimiento y la información entre las empresas de Ocaña en lo que respecta a las ventajas fiscales de la RSE. Este hallazgo enfatiza la necesidad de estrategias educativas e informativas que no solo destaquen la importancia de la RSE desde una perspectiva ética y social sino también su potencial para ofrecer beneficios fiscales, alentando a más empresas a adoptar prácticas responsables y sostenibles. Además, es crucial investigar por qué existe este desconocimiento y cómo los marcos legales y fiscales actuales están siendo comunicados y aplicados en el contexto empresarial de Ocaña.

Figura 5.

Las políticas de RSC tributaria de su empresa están claramente definidas y comunicadas a los empleados.



La Figura 5 arroja luz sobre la claridad y comunicación de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tributaria dentro de las empresas del municipio de Ocaña. La distribución de las respuestas muestra una imagen variada respecto a cuán definidas y comunicadas están estas políticas entre los empleados de las empresas participantes.

Por un lado, un 12,5% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" y un 25% "de acuerdo" con que las políticas de RSC tributaria están claramente definidas y comunicadas a los empleados, sumando un total del 37,5% que percibe una comunicación efectiva en este ámbito. Esto indica que una parte de las empresas encuestadas tiene estrategias sólidas y transparentes en términos de comunicación de sus políticas de RSC en el dominio tributario.

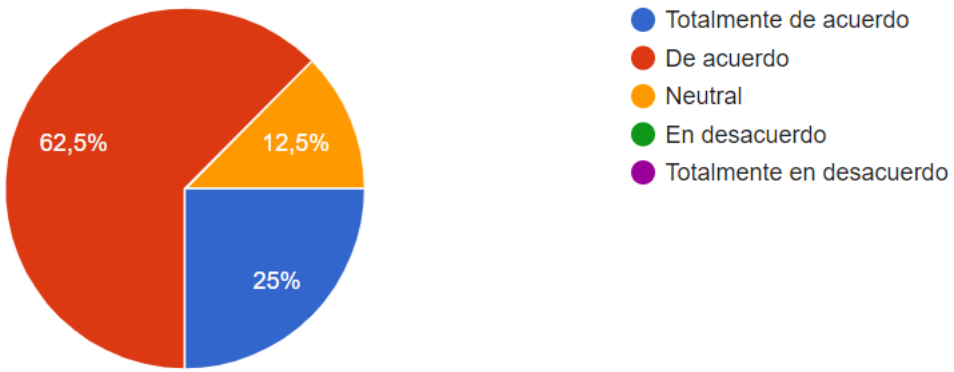
Sin embargo, es vital destacar que un 50% de los participantes se posicionó en una postura "neutral". Esta proporción significativa puede reflejar una incertidumbre o falta de claridad respecto a la comunicación de las políticas de RSC tributaria dentro de sus respectivas organizaciones. Esta ambigüedad resalta una oportunidad crucial para mejorar y potenciar las estrategias de comunicación interna en lo que respecta a las políticas fiscales y la RSC.

Por otro lado, mientras que el 0% se muestra en "desacuerdo", un 12,5% se posiciona en "totalmente en desacuerdo" acerca de la clara definición y comunicación de las políticas fiscales de RSC. Este último porcentaje sugiere que hay empresas donde las estrategias y prácticas fiscales responsables no están siendo comunicadas adecuadamente a los empleados, lo que podría inhibir la integración efectiva de la RSC en la cultura y operaciones corporativas.

En síntesis, estos datos evidencian que, aunque algunas empresas en Ocaña tienen políticas fiscales de RSC claramente definidas y comunicadas, aún existe un margen considerable para mejorar en términos de establecer y comunicar eficazmente estas políticas a todos los niveles de la organización. Este aspecto es fundamental para garantizar que la RSC sea comprendida, adoptada y practicada de manera cohesiva a través de la empresa.

Figura 6.

Es esencial que las empresas en Ocaña adopten prácticas de RSC en el ámbito tributario.



La Figura 6 refleja la percepción de los empresarios del municipio de Ocaña respecto a la esencialidad de adoptar prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario. Los datos muestran un consenso considerablemente alineado hacia la importancia de implementar estas prácticas en las empresas de la localidad.

Se observa que un significativo 25% de los encuestados se muestra "totalmente de acuerdo" y un destacado 62,5% "de acuerdo" con la esencialidad de incorporar prácticas de RSC en la esfera tributaria en las empresas ocañeras. Estos porcentajes, que sumados representan un abrumador 87,5% de los participantes, revelan una conciencia y reconociendo notable sobre la

relevancia de integrar las prácticas fiscales socialmente responsables en el contexto empresarial del municipio.

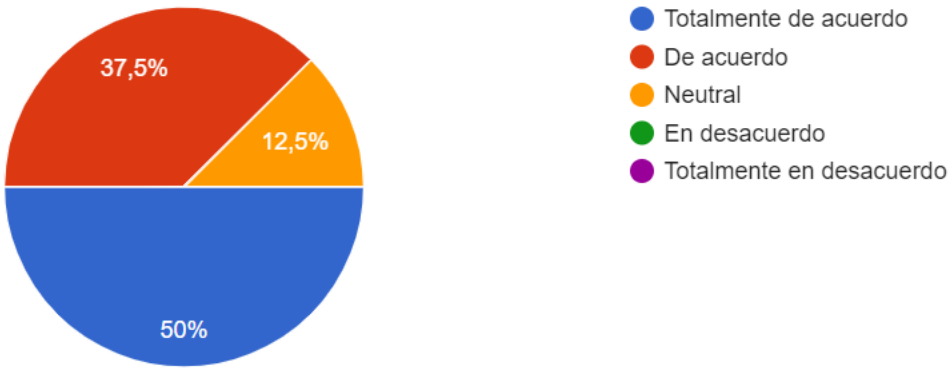
Por otro lado, un 12,5% de los participantes se muestra "neutral" respecto a esta afirmación. Este segmento podría representar a aquellos empresarios que, posiblemente por falta de información suficiente o experiencias previas, aún no se comprometen firmemente con la perspectiva de que la adopción de prácticas de RSC en el ámbito fiscal es esencial.

Notablemente, ni el "desacuerdo" ni el "total desacuerdo" registran porcentajes, lo que indica que no hay resistencia explícita entre los encuestados contra la idea de que la adopción de prácticas de RSC en el ámbito fiscal es esencial en las empresas de Ocaña.

En general, estos datos sugieren que existe una base sólida de aceptación y reconocimiento de la importancia de las prácticas de RSC en el ámbito fiscal entre los empresarios de Ocaña. Esta predisposición favorable podría ser un punto de apoyo estratégico para impulsar iniciativas, políticas, y programas que promuevan una gestión fiscal alineada con los principios de responsabilidad social en el sector empresarial del municipio.

Figura 7.

Mi empresa cumple ética y responsablemente con todas las obligaciones tributarias.



La Figura 7 evidencia la autopercepción de los empresarios en Ocaña respecto al cumplimiento ético y responsable de las obligaciones tributarias por parte de sus empresas. La mayoría de los encuestados evidencian una postura positiva en este aspecto, lo cual se refleja en los elevados porcentajes en las categorías de acuerdo.

Concretamente, el 50% de los participantes en la encuesta manifiesta estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que su empresa cumple de manera ética y responsable con todas sus obligaciones tributarias. Adicionalmente, un 27,5% también se muestra "de acuerdo" con esta premisa, lo cual sumado se traduce en que un destacable 77,5% de los encuestados perciben que sus empresas están alineadas con un comportamiento fiscal ético y responsable.

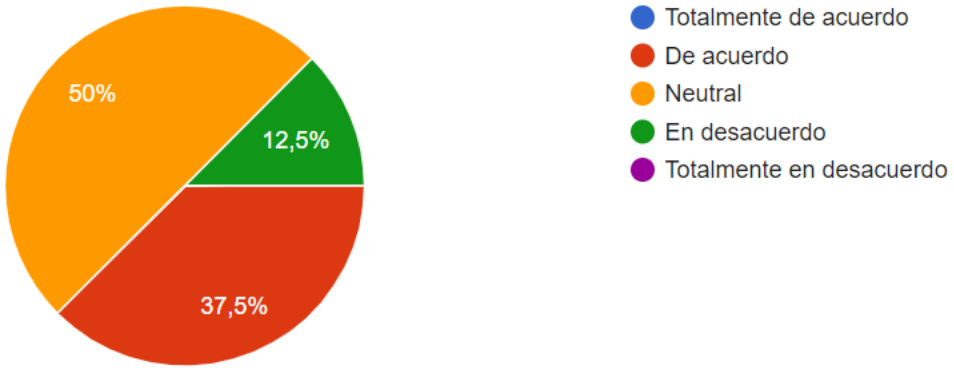
Por otro lado, un 12,5% de los empresarios se mantiene "neutral" frente a esta afirmación, lo que podría indicar una incertidumbre o falta de conocimiento claro respecto a las prácticas fiscales exactas de sus empresas, o incluso podría representar una postura cautelosa de no autodeclararse totalmente conformes en términos de cumplimiento ético y responsable.

Es relevante señalar que no se registran porcentajes en las categorías de "en desacuerdo" ni "totalmente en desacuerdo", sugiriendo que no existe una percepción negativa explicita sobre las prácticas tributarias de sus empresas entre los encuestados.

Este panorama presenta una visión general positiva del sector comercial en el municipio de Ocaña en cuanto a las prácticas tributarias éticas y responsables. No obstante, el segmento que se mantiene neutral podría beneficiarse de iniciativas que clarifiquen y refuercen el conocimiento y las prácticas en torno al cumplimiento tributario ético y responsable, potenciando así una cultura empresarial local íntegramente alineada con los principios de la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito tributario.

Figura 8.

La conciencia sobre la RSC en el ámbito tributario en Ocaña es alta



La Figura 8 proporciona una vista panorámica sobre cómo los empresarios del sector comercial en el municipio de Ocaña perciben el nivel de conciencia acerca de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario dentro de su contexto local. El esclarecimiento de esta percepción es fundamental para entender y, posteriormente, desarrollar estrategias que

puedan realzar el conocimiento y la implementación de prácticas fiscalmente responsables y éticas entre las empresas locales.

El 50% de los participantes muestra una postura "Neutral" respecto al nivel de conciencia sobre RSC en el ámbito tributario en Ocaña. Esta neutralidad puede sugerir una diversidad de perspectivas, como una falta de información suficiente para formar una opinión sólida o una percepción de variabilidad en la conciencia de la RSC entre diferentes actores o sectores dentro del municipio.

En una mirada más optimista, un 37,5% de los encuestados está "De acuerdo" con que la conciencia sobre RSC en el ámbito tributario en Ocaña es alta. Esto indica que hay una proporción considerable de la población empresarial que percibe alguna medida de conocimiento y comprensión de RSC en el contexto tributario entre sus pares y en el ambiente empresarial local.

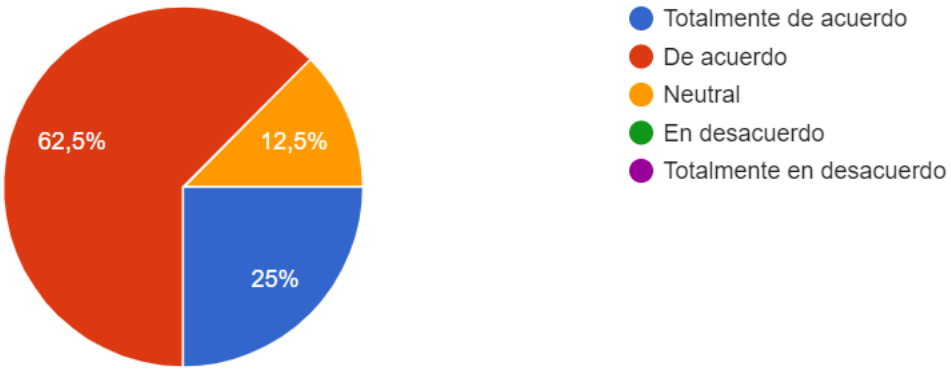
Por otro lado, un 12,5% de los empresarios está "En desacuerdo" con que la conciencia sobre RSC en el ámbito tributario sea alta en Ocaña. Aunque esta cifra no es mayoritaria, no debería ser pasada por alto, ya que señala que existe un segmento del entorno empresarial que percibe una falta o deficiencia en el conocimiento y la comprensión de la RSC en el dominio fiscal en el municipio.

Estos resultados, en conjunto, revelan un escenario donde, aunque existe una percepción tangible de conciencia sobre la RSC en el ámbito tributario en Ocaña, también hay espacios perceptibles de neutralidad y disconformidad que podrían ser explorados y abordados a través de

iniciativas de educación y comunicación enfocadas, asegurando que la importancia y los beneficios de la RSC en el ámbito tributario sean ampliamente comprendidos y adoptados a lo largo del sector comercial en el municipio.

Figura 9.

Mi empresa ha tomado medidas activas para fomentar la responsabilidad tributaria.



La Figura 9 aporta luz sobre la propensión de las empresas en el municipio de Ocaña para tomar medidas proactivas en fomentar la responsabilidad tributaria, lo cual es un elemento esencial de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La participación de las empresas en esta área no solo aboga por la integridad y transparencia fiscal, sino que también refleja un compromiso hacia una contribución social y económica responsable al municipio y más allá.

Un total del 87,5% de los encuestados, que comprende a aquellos que están "Totalmente de acuerdo" (25%) y "De acuerdo" (62,5%), indica que sus empresas han tomado medidas activas para impulsar la responsabilidad tributaria. Esta es una señal alentadora, sugiriendo que existe una notable inclinación o al menos una conciencia entre los negocios en Ocaña hacia la adopción de prácticas de RSC en el ámbito tributario. Esta predisposición hacia la acción

proactiva en responsabilidad tributaria no solo es beneficiosa desde una perspectiva de cumplimiento y reputación corporativa, sino también en términos de fortalecer las relaciones con los stakeholders y promover un clima de negocio ético y transparente.

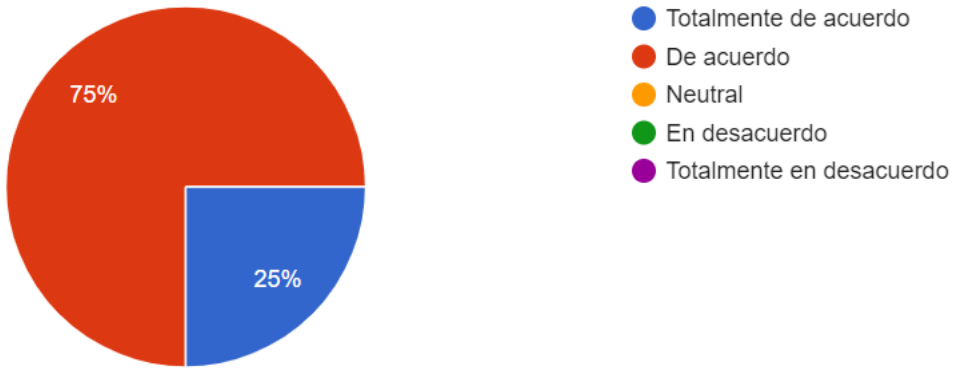
En contraste, el 12,5% restante de los participantes se posiciona en una postura "Neutral". Aunque no expresan un desacuerdo con la adopción de medidas para potenciar la responsabilidad tributaria, su neutralidad puede ser indicativa de varias situaciones: podría apuntar hacia una falta de medidas concretas de RSC en su empresa, o podría reflejar una falta de conocimiento o certeza acerca de las iniciativas de responsabilidad tributaria en su contexto empresarial.

No se observan porcentajes en las categorías "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo", lo que indica que, de los empresarios encuestados, ninguno percibe que su empresa haya ignorado activamente la adopción de prácticas fiscales responsables.

En síntesis, mientras que hay una predominancia de empresas que afirman haber adoptado medidas para promover la responsabilidad tributaria, existe un segmento que permanece neutral y que podría beneficiarse de un mayor conocimiento, recursos o incentivos para facilitar la integración de prácticas de RSC en sus operaciones fiscales.

Figura 10.

La RSC en el ámbito tributario es esencial para la reputación y confianza de mi empresa en la comunidad.



La Figura 10 ilustra una firme creencia entre los empresarios encuestados en Ocaña respecto a la importancia crítica de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario para la reputación y la confianza de su empresa dentro de la comunidad. El 100% de los participantes, dividido entre "Totalmente de acuerdo" (25%) y "De acuerdo" (75%), refleja una conciencia unánime sobre el vínculo intrínseco entre las prácticas fiscales éticas y la percepción positiva de la empresa por parte de la comunidad y otros stakeholders.

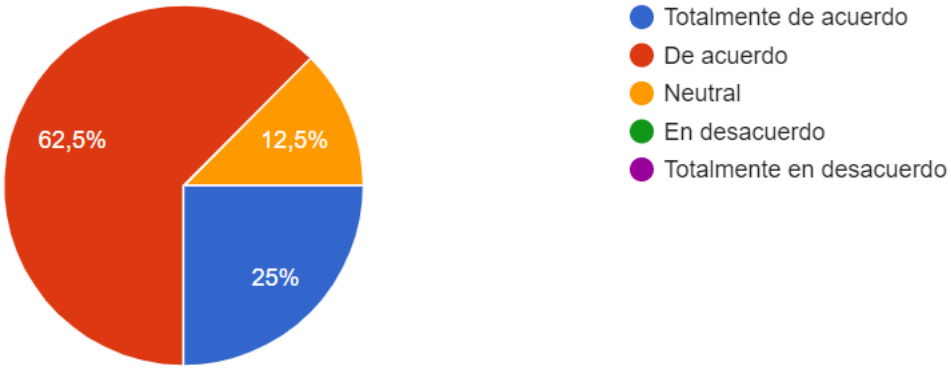
Esta percepción homogénea acerca de la relevancia de la RSC en el dominio tributario se traduce en un entendimiento de que el cumplimiento fiscal ético y las prácticas tributarias responsables son esenciales, no solo desde la perspectiva del cumplimiento normativo, sino también como una herramienta vital para construir y mantener la confianza y reputación corporativa. Las empresas, al alinearse con prácticas fiscalmente responsables, no sólo cumplen con sus obligaciones legales y financieras sino que también manifiestan un compromiso con la sociedad y la comunidad en la que operan.

No hay respuestas en las categorías "Neutral", "En desacuerdo", y "Totalmente en desacuerdo", lo que resalta una falta de disidencia entre los encuestados sobre la importancia de la RSC tributaria en la reputación y confianza empresarial. En un panorama empresarial donde los stakeholders están cada vez más atentos a las prácticas corporativas, este reconocimiento de la RSC tributaria como un pilar para la confianza y reputación es no sólo alentador sino también indicativo de una madurez en la comprensión de la ética empresarial en el municipio de Ocaña.

Es esencial destacar que este unánime reconocimiento sobre la importancia de la RSC en la fiscalidad no sólo pone de manifiesto la existencia de una consciencia ética entre los empresarios sino también proporciona una base sólida sobre la cual las iniciativas de educación y concienciación adicional en RSC podrían ser implementadas para continuar fortaleciendo la integridad fiscal en el ambiente empresarial de Ocaña.

Figura 11.

Las autoridades locales deberían fomentar más activamente la RSC en el ámbito tributario.



En la Figura 11, se expone un panorama general sobre la percepción de los empresarios del sector comercio en el municipio de Ocaña respecto al papel de las autoridades locales en el

fomento activo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario. Aquí, un notable 87,5% de los encuestados, sumando las categorías "Totalmente de acuerdo" (25%) y "De acuerdo" (62,5%), manifiesta una clara inclinación hacia la necesidad de un papel más protagónico por parte de las autoridades locales en impulsar la RSC tributaria.

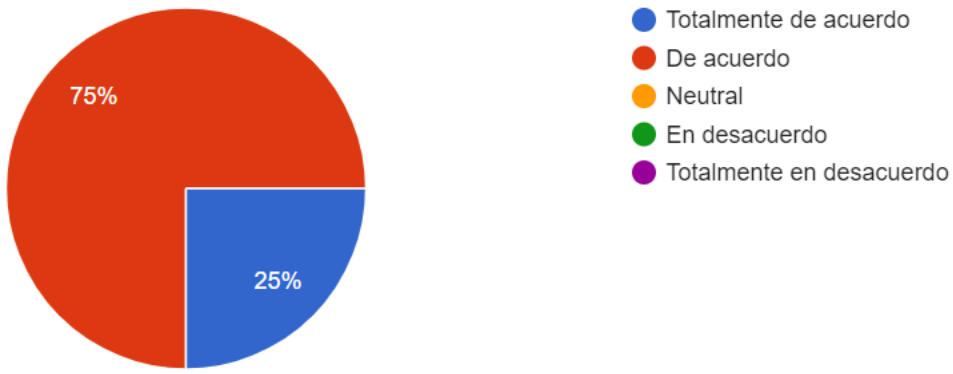
La creencia subyacente de esta mayoría podría estar cimentada en la perspectiva de que una activa intervención y estímulo por parte de las autoridades no sólo podría mejorar la conformidad y adhesión a prácticas tributarias éticas y responsables entre las empresas existentes, sino también podría establecer un estándar de operación y cultura fiscal para las nuevas empresas que se establezcan en la región.

Por otro lado, un 12,5% de los participantes se mantuvo "Neutral", lo que podría sugerir una incertidumbre o falta de información suficiente para formar una opinión decisiva sobre el papel de las autoridades en este contexto. La ausencia de respuestas en las categorías "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo" indica una ausencia de resistencia o rechazo hacia la idea de una mayor intervención de las autoridades locales en fomentar la RSC en la esfera tributaria.

En términos generales, el dato refleja una perceptible apertura o, más aún, una invitación por parte del sector comercial para que las autoridades desempeñen un papel más activo y dinámico en promover y estructurar iniciativas que potencien la integración de prácticas de RSC en el ámbito tributario. Este dato podría servir como un punto de partida para las autoridades locales para diseñar y ejecutar programas, workshops y otras actividades educativas y de apoyo que potencien la RSC en la cultura fiscal de las empresas en Ocaña.

Figura 12.

Mi empresa estaría dispuesta a colaborar en iniciativas que promuevan la RSC en el ámbito tributario.



La Figura 12 proporciona una visión iluminadora respecto a la disposición de las empresas en Ocaña para colaborar en iniciativas que promuevan la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario. Un notable 100% de los participantes, distribuido entre las opciones "Totalmente de acuerdo" (25%) y "De acuerdo" (75%), manifestó una voluntad positiva para colaborar en dichas iniciativas. Este consenso unánime de los encuestados subraya una pronunciada inclinación y apertura hacia el involucramiento y cooperación en esfuerzos que impulsen la RSC tributaria.

La unánime positividad en las respuestas sugiere un contexto favorable y una plataforma sólida para la introducción y promoción de iniciativas colaborativas en el municipio que busquen robustecer la aplicación de la RSC en la esfera tributaria. La disposición mostrada por las empresas podría ser canalizada para la creación de foros, talleres, y otras actividades colaborativas que busquen no solo mejorar las prácticas tributarias de las empresas involucradas,

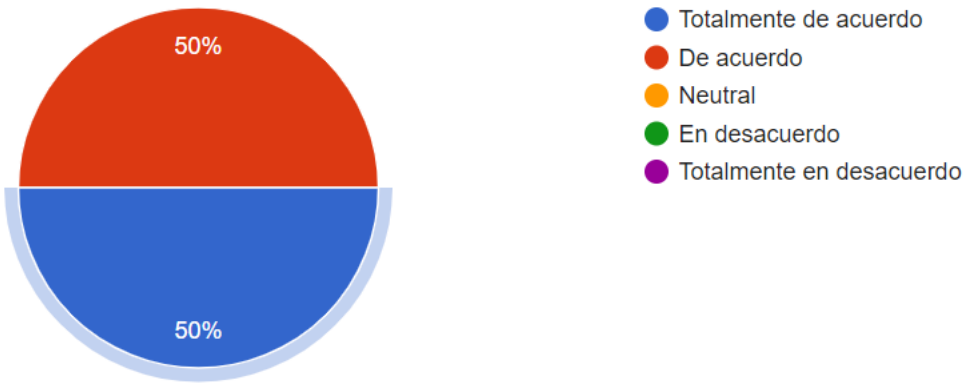
sino también crear un ecosistema empresarial en Ocaña donde la ética tributaria y la responsabilidad social sean norma y no excepción.

Resulta fundamental señalar que, aunque existe una disposición declarada para participar en estas iniciativas, la implementación práctica y la participación activa en las mismas requerirán de una planificación estratégica y comunicación efectiva por parte de las entidades promotoras para garantizar que esta predisposición se traduzca en acciones concretas y participación efectiva.

Por lo tanto, este resultado no sólo destaca una oportunidad significativa para las autoridades locales y otros organismos interesados en fomentar la RSC en el ámbito tributario, sino también establece un llamado a la acción para la creación y facilitación de plataformas que permitan a las empresas participar activamente en el fortalecimiento de un entorno fiscal corporativo ético y socialmente responsable en Ocaña.

Figura 13.

La capacitación y educación continua en RSC tributaria es esencial para mejorar la gestión de la empresa.



La Figura 13 refleja una percepción unánime entre los empresarios encuestados en Ocaña respecto a la importancia de la capacitación y educación continua en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tributaria para la mejora de la gestión de las empresas. Un destacable 100% de los participantes, divididos equitativamente entre las respuestas "Totalmente de acuerdo" (50%) y "De acuerdo" (50%), indican que consideran esencial la formación continua en este ámbito.

Este claro consenso en la necesidad de educación y capacitación en RSC tributaria sugiere que las empresas en Ocaña están reconociendo la relevancia del conocimiento y las habilidades en este ámbito para la gestión efectiva y ética de sus operaciones tributarias. La uniformidad en las respuestas podría ser indicativa de una colectiva conciencia sobre la importancia de estar informados y actualizados en temas de RSC tributaria, lo cual se presenta como una oportunidad estratégica para instituciones educativas, organizaciones especializadas y autoridades locales para ofrecer programas de capacitación, workshops y seminarios en este campo.

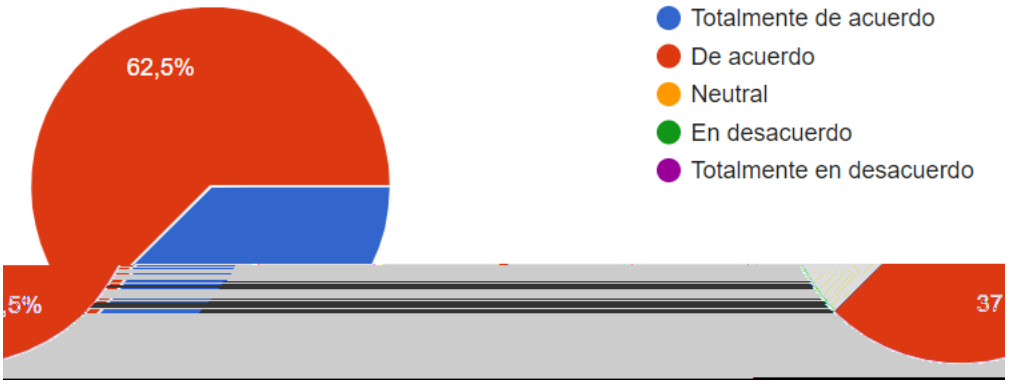
En este sentido, la totalidad de las respuestas favorables sobre la necesidad de capacitación y formación en RSC tributaria puede ser un reflejo de una creciente conciencia sobre el papel que desempeña la tributación ética y responsable en la construcción de una reputación corporativa sólida y en la contribución hacia un desarrollo sostenible de la comunidad en la que operan las empresas.

Es imperativo que este interés y reconocimiento de la necesidad de formación se canalice de manera efectiva, proporcionando a las empresas del municipio acceso a recursos, cursos y

capacitaciones que no sólo aborden la teoría de la RSC tributaria, sino que también proporcionen herramientas prácticas y estrategias aplicables para la implementación efectiva de prácticas tributarias socialmente responsables.

Figura 14.

La sociedad ve positivamente a las empresas que adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario.



La Figura 14 ilustra un notable acuerdo entre los empresarios de Ocaña en cuanto a la percepción pública de las empresas que adoptan políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario. Un convincente 100% de los encuestados, compuesto por un 37,5% que está "Totalmente de acuerdo" y un 62,5% que está "De acuerdo", cree que la sociedad ve positivamente a las empresas que implementan estas políticas.

Esta unánime respuesta sugiere que los empresarios de Ocaña perciben una correlación clara entre la adopción de prácticas de RSC en el contexto tributario y la mejora de la imagen de la empresa ante la sociedad. Esta percepción homogénea revela un entendimiento compartido

sobre el valor que la sociedad otorga a las prácticas empresariales éticas y responsables, especialmente en lo que respecta a las obligaciones tributarias.

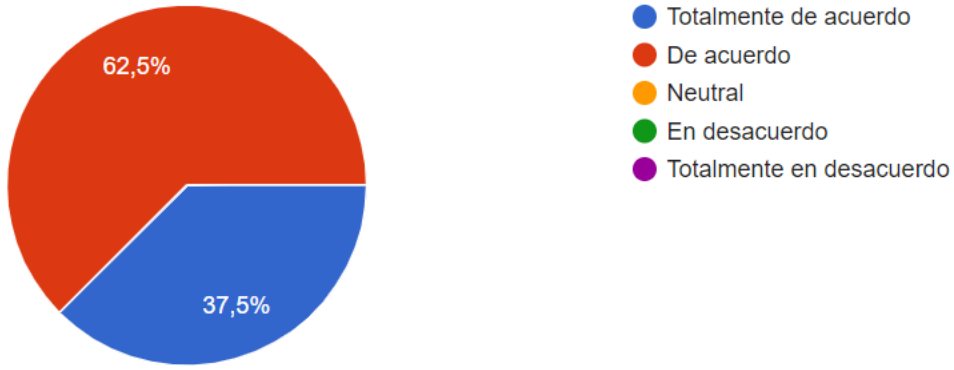
Este consenso en la percepción de la positividad social hacia las prácticas de RSC tributaria señala una posible alineación entre los valores empresariales y las expectativas sociales en Ocaña. En un contexto en el que las empresas están cada vez más bajo el escrutinio público en relación con sus prácticas fiscales, este entendimiento común podría actuar como una motivación para que más empresas implementen y comuniquen activamente sus esfuerzos en RSC tributaria.

Es crucial destacar que esta percepción positiva por parte de la sociedad hacia las empresas que implementan prácticas fiscales éticas y responsables puede traducirse en varios beneficios tangibles para las empresas, como la lealtad del cliente, una reputación corporativa robusta, y posiblemente una ventaja competitiva en el mercado. En un panorama empresarial donde la responsabilidad social y la ética se están convirtiendo en diferenciadores clave, entender y capitalizar sobre estas percepciones puede ser estratégicamente vital para las empresas en Ocaña.

A partir de estos hallazgos, las empresas y las autoridades locales pueden trabajar conjuntamente para fortalecer y destacar las prácticas de RSC en el ámbito tributario, contribuyendo al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de las relaciones entre el sector empresarial y la comunidad en general.

Figura 15.

La RSC en el ámbito tributario ayuda a mejorar las relaciones con las autoridades fiscales.



La Figura 15 refleja la percepción unánime entre los encuestados de que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario favorece las relaciones entre las empresas y las autoridades fiscales en Ocaña. Dicha figura demuestra que el 37,5% de los participantes está "Totalmente de acuerdo" y un 62,5% está "De acuerdo" con esta afirmación, sumando un 100% de acuerdo generalizado en la relación positiva entre la RSC tributaria y las relaciones con las autoridades fiscales.

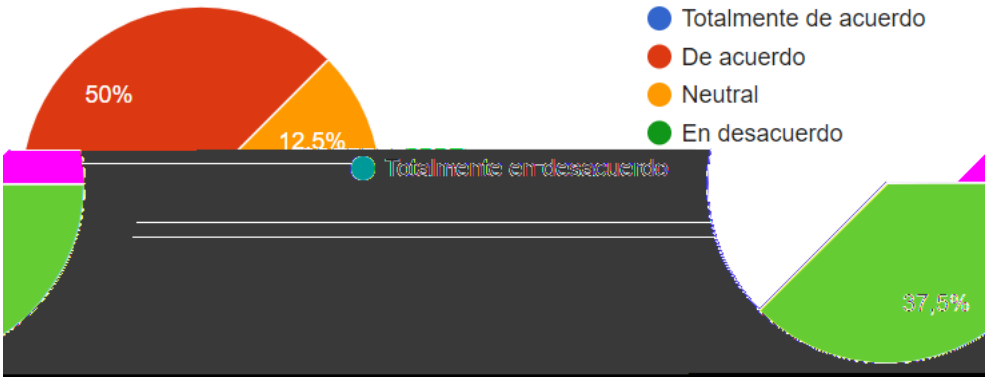
Este consenso total entre los empresarios puede interpretarse como una señal de que las prácticas éticas y transparentes en el manejo de los asuntos fiscales son valoradas, no sólo desde una perspectiva de cumplimiento legal sino también como un medio para facilitar y mejorar las interacciones con las entidades gubernamentales y reguladoras. Esta percepción colectiva puede originarse en experiencias pasadas donde la adhesión a principios de RSC ha facilitado interacciones más fluidas y cooperativas con las autoridades fiscales.

Es de particular relevancia que esta percepción positiva hacia la RSC tributaria sea universal entre los encuestados, indicando un entendimiento y reconocimiento compartido acerca de los beneficios indirectos asociados con la implementación de prácticas fiscalmente responsables y éticas. Los empresarios de Ocaña, al parecer, reconocen que la adhesión a principios de RSC, particularmente en el ámbito tributario, va más allá de la simple cumplimentación de las obligaciones legales y actúa también como un facilitador en la gestión y negociación con entidades reguladoras.

Esta información sugiere que, al adoptar y promover prácticas de RSC tributaria, las empresas no sólo están fortaleciendo su imagen y reputación en la comunidad y entre sus stakeholders, sino también estableciendo un terreno más fértil para interacciones positivas y constructivas con las autoridades fiscales. Este enfoque proactivo y ético hacia la fiscalidad no solo es crucial para el cumplimiento normativo, sino que también puede ofrecer ventajas operativas y estratégicas a las empresas, minimizando fricciones y mejorando las relaciones con los organismos gubernamentales.

Figura 16.

Mi empresa necesita más recursos y herramientas para mejorar su RSC en el ámbito tributario.



La Figura 16 revela que una notable mayoría de los empresarios encuestados en Ocaña consideran que se requieren más recursos y herramientas para optimizar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario dentro de sus empresas. Con un 37,5% que se muestra "Totalmente de acuerdo" y un 50% "De acuerdo" con esta afirmación, se denota un consenso del 87,5% que refleja una demanda clara de apoyo adicional en este aspecto. Además, un 12,5% de los participantes se posiciona de manera "Neutral", mientras que no hay presencia de desacuerdo en esta percepción.

Este resultado sugiere que, a pesar de la positividad y receptividad hacia la RSC en el dominio fiscal evidenciada en las figuras anteriores, existe un reconocimiento de la necesidad de fortalecimiento y mejora en esta área mediante la disponibilidad de recursos y herramientas adicionales. La falta de oposición a esta afirmación implica que no hay una percepción de suficiencia de recursos en la actualidad.

El requerimiento de más recursos y herramientas puede emanar de diversas necesidades: la comprensión y aplicación de las normativas fiscales, el diseño e implementación de estrategias fiscalmente responsables, la comunicación efectiva de las prácticas fiscales a los stakeholders, o la gestión y mitigación de riesgos fiscales.

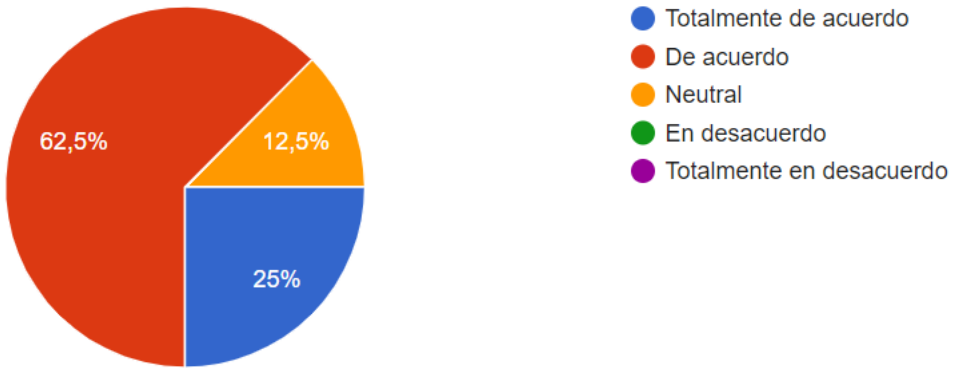
Este dato también puede indicar una brecha entre el deseo de implementar prácticas de RSC y la capacidad actual para hacerlo de manera efectiva, lo cual podría atribuirse a limitaciones en conocimientos técnicos, capacidades financieras, o acceso a experticia especializada en el ámbito tributario.

Por lo tanto, este hallazgo resalta una oportunidad significativa para los formuladores de políticas, organismos de apoyo empresarial y profesionales del sector en la oferta de recursos, formación y herramientas que faciliten y potencien la implementación de la RSC en el ámbito fiscal entre las empresas en Ocaña.

La provisión de tales recursos no solo respaldaría a las empresas en su camino hacia la fiscalidad responsable y ética, sino que también podría reforzar las relaciones entre el sector empresarial y las autoridades fiscales, y contribuir a una cultura empresarial más robusta y sostenible en la región.

Figura 17.

Las empresas que no adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario deberían enfrentar sanciones o desincentivos.



La Figura 17 destaca una percepción predominante entre los empresarios de Ocaña acerca de la necesidad de establecer medidas coercitivas o sanciones para las empresas que no adoptan políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario. Un total combinado del 87,5% de los encuestados expresan su acuerdo con esta afirmación, dividido en

un 25% que está "Totalmente de acuerdo" y un 62,5% que simplemente está "De acuerdo". Por otro lado, un 12,5% se mantuvo "Neutral", sin mostrar desacuerdo hacia la propuesta de implementar sanciones o desincentivos.

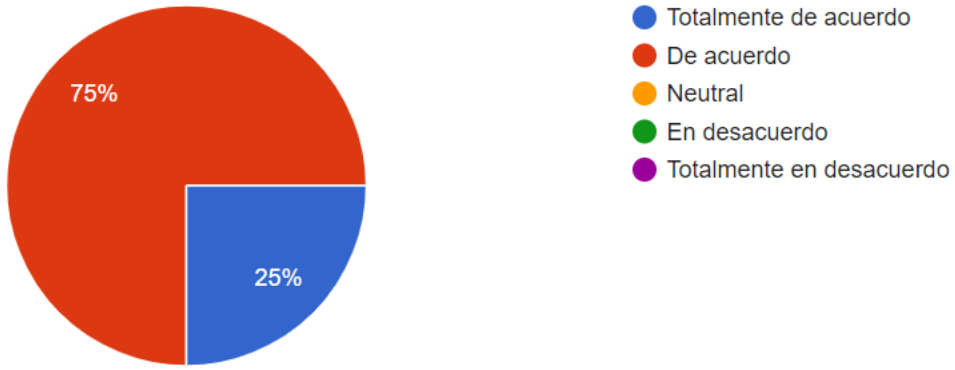
Este resultado es una muestra clara de que hay una fuerte inclinación hacia la adopción de enfoques más estrictos y posiblemente regulativos para asegurar que las empresas incorporen prácticas de RSC en sus estrategias fiscales. Se puede interpretar que los empresarios reconocen los beneficios y la importancia de la RSC en el ámbito tributario, no sólo para las empresas individuales sino también para la comunidad y la economía en general, y por ende, ven la necesidad de medidas que aseguren su implementación a través del tejido empresarial.

La ausencia de desacuerdo en esta afirmación es también notable, sugiriendo que no hay resistencia significativa a la idea de que las políticas públicas podrían jugar un papel más activo en la promoción de la RSC tributaria a través de instrumentos punitivos o disuasivos.

En este contexto, puede ser fructífero explorar las diversas formas en que tales sanciones o desincentivos podrían estructurarse y cómo se perciben en términos de justicia y factibilidad entre los empresarios. Además, es crucial explorar y entender cuáles serían las prácticas de RSC tributaria específicas que los empresarios consideran que deben ser obligatorias y cuáles deberían ser las sanciones o desincentivos apropiados para asegurar un equilibrio entre la promoción de la RSC y la creación de un entorno empresarial propicio y justo.

Figura 18.

Los clientes valoran más a las empresas que adoptan prácticas de RSC en el ámbito tributario.



La Figura 18 refleja una visión unánime entre los encuestados sobre la percepción positiva de los clientes hacia las empresas que adoptan prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector tributario. Con un 25% de los participantes "Totalmente de acuerdo" y un 75% "De acuerdo", hay un consenso claro del 100% que evidencia que los clientes valoran notablemente a las empresas que implementan dichas prácticas en Ocaña.

Esta percepción unificada revela que los empresarios reconocen la importancia que tiene la RSC, no solo desde un punto de vista normativo y ético, sino también como un elemento que puede influir positivamente en la percepción del cliente y, potencialmente, en el comportamiento de compra. En el contexto del ambiente empresarial actual, en el que los consumidores están cada vez más informados y preocupados por las prácticas corporativas éticas, este reconocimiento es crucial.

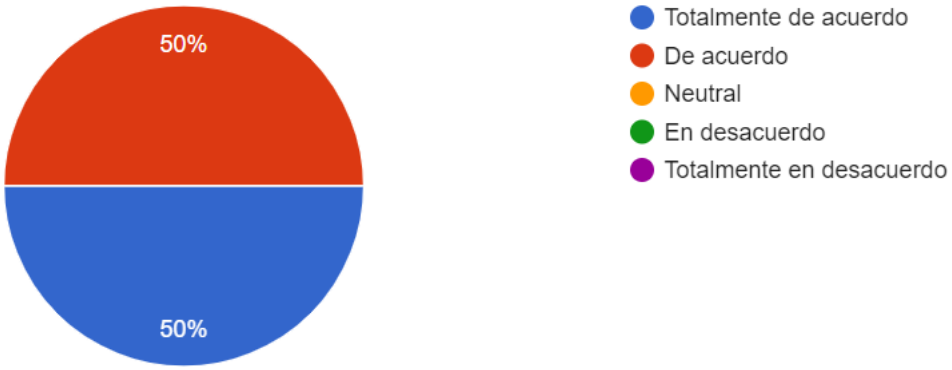
La total ausencia de respuestas “Neutral”, “En desacuerdo” o “Totalmente en desacuerdo” demuestra que esta no es una visión polarizada entre los empresarios, sino un punto

de vista compartido sobre el impacto positivo de la RSC en la reputación de la empresa ante los ojos del cliente.

Esta perspectiva aboga por una exploración más profunda sobre cómo las empresas en Ocaña están actualmente comunicando sus prácticas de RSC en el ámbito tributario a sus clientes y cómo esta comunicación podría ser optimizada para fortalecer las relaciones con los clientes y mejorar la reputación corporativa. También plantea la pregunta de cómo las empresas pueden autenticar y validar sus prácticas de RSC para asegurar a los clientes que su compromiso con la responsabilidad tributaria es genuino y efectivo.

Figura 19.

Sería útil que se ofrecieran talleres o capacitaciones sobre RSC en el ámbito tributario en Ocaña.



La Figura 19 exhibe una uniformidad en las respuestas de los encuestados respecto a la utilidad de proporcionar talleres o capacitaciones sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario en Ocaña, con un 50% "Totalmente de acuerdo" y un 50% "De acuerdo". Esta unanimidad en las respuestas señala un interés y una necesidad clara y compartida

entre los empresarios de desarrollar o incrementar sus conocimientos y competencias en esta área.

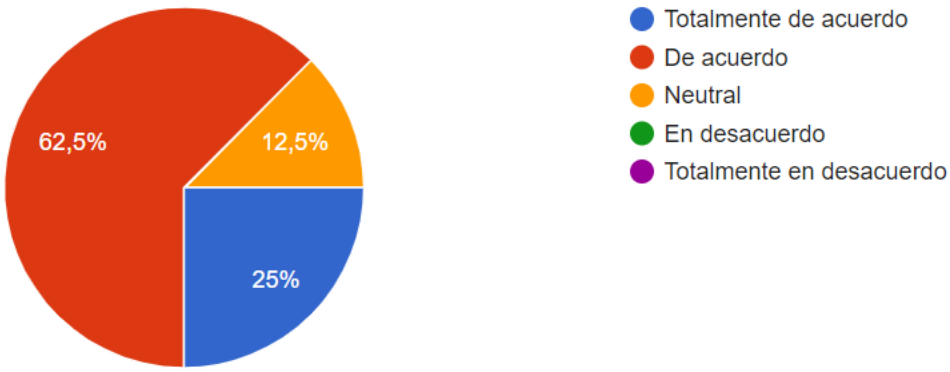
El hecho de que no se registren respuestas en las categorías "Neutral", "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo" subraya una conciencia colectiva acerca de la importancia y la necesidad de una formación adicional en este campo, lo que a su vez, podría apuntar a un reconocimiento de que la RSC en el ámbito tributario es una área de creciente relevancia y complejidad.

Este consenso sobre la necesidad de talleres o capacitaciones también podría sugerir que, aunque las empresas pueden estar concienciadas y tener un compromiso con la RSC en el ámbito tributario, pueden faltarles la confianza, los conocimientos o las habilidades para implementar efectivamente las estrategias y prácticas correspondientes.

Este contexto plantea varias oportunidades y direcciones para futuras investigaciones y para los tomadores de decisiones en Ocaña. ¿Cómo podrían estructurarse estos talleres o capacitaciones para ser lo más beneficiosos posible? ¿Qué temas deberían abordarse prioritariamente para satisfacer las necesidades y lagunas de conocimiento de las empresas locales? ¿Cómo podrían estas iniciativas de formación ser accesibles y aplicables para empresas de diversos tamaños y sectores en Ocaña? Las respuestas a estas preguntas podrían formar la base para el desarrollo de iniciativas educativas y de apoyo en la región, fomentando así una aplicación más sólida y efectiva de las prácticas de RSC en el ámbito tributario.

Figura 20.

La transparencia en las prácticas tributarias es un indicador clave de la RSC de una empresa.



La Figura 20 destaca la percepción de los empresarios respecto a la relación entre la transparencia en las prácticas tributarias y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de una empresa en Ocaña. Es notorio que una mayoría significativa de los participantes, sumando el 87,5% entre las opciones "Totalmente de acuerdo" (25%) y "De acuerdo" (62,5%), asocia fuertemente la transparencia en las prácticas tributarias como un indicador clave de la RSC.

Este indicador sugiere que los empresarios en Ocaña valoran y reconocen la importancia de la transparencia fiscal, no sólo como un deber corporativo, sino como un componente vital que indica el compromiso de una empresa con la responsabilidad social. Este valor dado a la transparencia fiscal puede ser reflejo de una comprensión acerca de cómo las prácticas tributarias éticas y transparentes pueden impactar positivamente en la percepción de los stakeholders y, por ende, en la reputación de la empresa.

El 12,5% de los encuestados que se posicionó de manera "Neutral" podría reflejar una incertidumbre o falta de información detallada sobre cómo las prácticas tributarias transparentes

se integran o son indicativas de una sólida RSC. Esta neutralidad también puede ser indicativa de una percepción de que hay otros indicadores de RSC que son igualmente o más importantes que la transparencia tributaria.

El hecho de que no se registren porcentajes en las opciones "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo" subraya una aceptación generalizada de la premisa de que la transparencia en las prácticas tributarias es un indicador fundamental de la RSC en el contexto empresarial de Ocaña. Este consenso puede abrir puertas a iniciativas y políticas que fortalezcan la transparencia fiscal y que a la vez resalten y valoricen las prácticas éticas en el ámbito tributario entre el sector empresarial del municipio.

4.2.2. Diagnóstico General de la RSC en el Ámbito Tributario en Ocaña

Los resultados de la encuesta revelan una percepción notablemente positiva hacia la RSC en el ámbito tributario entre los empresarios de Ocaña. La mayoría de las empresas encuestadas han estado operando por más de 10 años, lo que indica una base empresarial estable y experimentada. Estas empresas muestran una familiaridad significativa con el concepto de RSC y reconocen la importancia de integrar prácticas fiscalmente responsables en sus operaciones.

A pesar de esta familiaridad y reconocimiento, los resultados también sugieren que hay brechas en el conocimiento específico sobre los beneficios tributarios de implementar programas de RSE y en la comunicación efectiva de las políticas de RSC tributaria a los empleados. Mientras que hay una fuerte inclinación hacia la adopción de prácticas de RSC en el ámbito tributario, indicada por un 87,5% de los participantes que consideran esencial la incorporación de

dichas prácticas, existe un segmento considerable de empresas que aún se mantienen neutrales o desconocidas sobre los beneficios tributarios específicos y la claridad de las políticas internas.

4.2.3. Discusión sobre la Integración de la RSC en Estrategias Tributarias

La integración de la RSC en las estrategias tributarias de las empresas en Ocaña se puede discutir en el contexto de varias teorías e hipótesis de autores relevantes en el campo de la RSC y ética empresarial. Autores como Carroll (1991) en su pirámide de responsabilidad social corporativa, sugieren que la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica son componentes fundamentales de la RSC. En este marco, las prácticas tributarias éticas y transparentes se alinean con la responsabilidad legal y ética, enfatizando la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales de manera responsable como un pilar de la RSC.

Por otro lado, la teoría de los stakeholders de Freeman (1984) argumenta que las empresas deben considerar los intereses de todos los stakeholders en sus decisiones y operaciones. Desde esta perspectiva, adoptar prácticas de RSC en el ámbito tributario no solo cumple con las expectativas legales, sino que también construye confianza y relaciones positivas con una gama más amplia de stakeholders, incluyendo empleados, clientes, la comunidad y las autoridades fiscales.

La encuesta muestra que las empresas están tomando medidas activas para fomentar la responsabilidad tributaria y que hay un reconocimiento unánime de la importancia de la RSC en el ámbito tributario para la reputación y confianza de la empresa en la comunidad. Esto resalta una alineación con la teoría del valor compartido de Porter y Kramer (2011), que propone que las

empresas pueden generar valor económico de manera que también produzcan valor para la sociedad al abordar sus desafíos.

4.3.Estrategias Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario en el municipio de Ocaña Norte de S.

La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha consolidado de manera notable en el panorama empresarial contemporáneo, involucrando con fervor las inquietudes sociales y ambientales dentro de las operaciones y relaciones de las organizaciones con sus diversos stakeholders. En esta dinámica, el ámbito tributario se erige como una faceta crucial de la RSC, interconectando directamente con la prosperidad socioeconómica de las comunidades y la justa operatividad de las sociedades.

El tercer objetivo específico de este proyecto se enfoca en formular estrategias de RSC en el contexto tributario para las empresas situadas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, contexto que encierra desafíos y particularidades propias. La orientación hacia una ética tributaria y una responsabilidad fiscal se presenta como fundamental para asegurar que las entidades no solo se adhieran a sus responsabilidades legales, sino que también coadyuven proactivamente al desarrollo sostenible del área.

Desde esta óptica, las estrategias planteadas en este segmento se articulan con el propósito de configurar un marco que guíe a las corporaciones hacia la integración de prácticas fiscales congruentes con los principios de la RSC. Además, se pretende generar un ambiente donde la transparencia, la ética y la responsabilidad fiscal sean distinguidas y apreciadas por

todos los stakeholders, reforzando la confianza y estableciendo una base propicia para el progreso económico y social.

Por tanto, las estrategias expuestas en las secciones subsiguientes se aspiran que constituyan un recurso provechoso para corporaciones, autoridades locales y otros actores pertinentes, suministrando guías claras y tácticas viables que puedan ser puestas en práctica para optimizar la gestión tributaria y, consecuentemente, apoyar al crecimiento sostenible de Ocaña. En esta instancia, se explorarán diversas áreas, como la educación fiscal, la transparencia, la inclusión de stakeholders, la colaboración interorganizacional, la incentivación y la sostenibilidad fiscal, entre otras.

Por lo tanto, se invita a explorar estas estrategias, presentadas como un conjunto de caminos y acciones específicas hacia una administración fiscal que se alinee intrínsecamente con los principios de la Responsabilidad Social Corporativa en el contexto peculiar de Ocaña, Norte de Santander.

4.3.1. Estrategia 1: Fomentar la Conciencia y Comprensión sobre RSC Tributaria

Desarrollo de Talleres y Capacitaciones: Establecer programas regulares de formación y talleres enfocados en educar a los empresarios sobre la RSC tributaria y sus beneficios, incluyendo aspectos de cumplimiento y ventajas reputacionales.

Creación de Material Informativo: Desarrollar y distribuir material educativo (guías, folletos, videos) que expliquen de manera clara los principios de RSC tributaria y los beneficios que aporta a las empresas y la comunidad.

4.3.2. Estrategia 2: Facilitar la Transparencia Fiscal y el Cumplimiento Ético

Implementación de Herramientas Tecnológicas: Introducir plataformas digitales que faciliten a las empresas la gestión transparente y ética de sus obligaciones tributarias, permitiendo un monitoreo eficiente por parte de las autoridades fiscales.

Instituir Reconocimientos: Establecer premios o certificaciones para aquellas empresas que demuestran una gestión tributaria ética y transparente, incentivando así a otras organizaciones a seguir su ejemplo.

4.3.3. Estrategia 3: Impulsar la Inclusión de Stakeholders en las Prácticas Fiscales

Mesas Redondas con Stakeholders: Crear espacios de diálogo entre empresas, autoridades fiscales, y la comunidad para discutir y co-crear políticas fiscales que sean justas y equitativas para todas las partes involucradas.

Comunicación Activa: Asegurar que las empresas comuniquen activamente sus políticas y prácticas fiscales a sus stakeholders, estableciendo canales abiertos para recibir retroalimentación y mejorar continuamente sus prácticas.

4.3.4. Estrategia 4: Establecimiento de Asociaciones para el Fomento de RSC Tributaria

Formación de Alianzas: Alentar a las empresas a formar alianzas con ONGs, gobiernos locales y otras organizaciones para desarrollar e implementar programas que promuevan la ética y la responsabilidad fiscal.

Creación de una Plataforma Colaborativa: Establecer una plataforma que permita a las empresas colaborar y compartir sus experiencias y mejores prácticas en RSC tributaria, creando un entorno de aprendizaje y mejora mutua.

4.3.5. Estrategia 5: Desarrollar Incentivos para la Adopción de Prácticas de RSC Tributaria

Incentivos Fiscales: Introducir beneficios fiscales para las empresas que implementan prácticas sólidas de RSC en el ámbito tributario, tales como reducciones o créditos fiscales.

Apoyo en la Implementación: Proporcionar asistencia técnica y apoyo financiero para las empresas, especialmente PYMEs, que desean implementar prácticas de RSC tributaria, pero enfrentan barreras para hacerlo.

4.3.6. Estrategia 6: Fomentar la Innovación y Sostenibilidad Fiscal

Inversión en Innovación Fiscal: Alentar a las empresas a invertir en la innovación de sus prácticas fiscales, asegurando que estas sean sostenibles y apoyen los objetivos de desarrollo a largo plazo de la comunidad.

Promoción de Iniciativas Verdes: Establecer programas que recompensen a las empresas por adoptar prácticas fiscales que no solo cumplan con la legislación, sino que también promuevan la sostenibilidad ambiental.

Tabla 3.

Matriz plan de estrategias

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
Desarrollo de Talleres y Capacitaciones	1. Identificar necesidades formativas específicas 2. Diseñar el contenido del taller 3. Seleccionar y preparar a los formadores 4. Programar y promocionar los talleres 5. Implementar y evaluar los talleres	1. Expertos en RSC y fiscalidad 2. Material formativo 3. Espacios para los talleres 4. Herramientas de promoción y comunicación	1. Coordinador de Formación: Supervisa la logística y ejecución del taller 2. Formador: Imparte el contenido del taller 3. Evaluador: Monitorea y evalúa la efectividad del taller	1. Número de talleres realizados 2. Número de participantes 3. Grado de satisfacción de los participantes 4. Cambios en las prácticas fiscales post-taller
Creación de Material Informativo	1. Identificar los temas clave sobre RSC tributaria 2. Desarrollar material en diferentes formatos (textos, videos, infografías) 3. Distribuir material a través de diversos canales 4. Recoger feedback y hacer ajustes si es necesario	1. Diseñadores y creadores de contenido 2. Plataformas de distribución (web, correo electrónico, redes sociales) 3. Herramientas de análisis y recopilación de feedback	1. Coordinador de Contenido: Supervisa la creación y distribución de material 2. Diseñador de Contenido: Desarrolla material informativo 3. Especialista en Medios Digitales: Administra la distribución	1. Número de materiales distribuidos 2. Alcance de los materiales (visualizaciones, descargas) 3. Interacción con los materiales (comentarios, compartidos) 4. Feedback de los stakeholders sobre la utilidad del material

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
			online y monitorea el engagement	
Implementación de Herramientas Tecnológicas	1. Identificar necesidades tecnológicas 2. Desarrollar/seleccionar plataforma digital 3. Implementar y probar la herramienta 4. Brindar capacitación sobre su uso 5. Monitorear y hacer ajustes según feedback	1. Desarrolladores de software 2. Especialistas en fiscalidad 3. Plataforma tecnológica 4. Material de capacitación	1. Gestor de Proyecto Tecnológico: Supervisa el desarrollo e implementación de la herramienta 2. Formador: Imparte la capacitación a los usuarios 3. Soporte Técnico: Asiste a los usuarios y resuelve problemas técnicos	1. Número de empresas utilizando la herramienta 2. Nivel de cumplimiento tributario tras la implementación 3. Satisfacción de los usuarios 4. Incidencias técnicas reportadas y resueltas
Instituir Reconocimientos	1. Definir criterios para reconocimientos 2. Desarrollar el sistema de premiación	1. Equipos de evaluación 2. Material promocional 3. Espacios para eventos	1. Coordinador de Reconocimientos: Organiza y supervisa el programa	1. Número de empresas participantes

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
	3. Promover la iniciativa entre las empresas 4. Organizar eventos de reconocimiento 5. Hacer seguimiento a las empresas reconocidas	4. Premios o certificaciones	2. Evaluador: Revisa las postulaciones y selecciona a las empresas 3. Especialista en Eventos: Planifica y coordina los eventos de reconocimiento	2. Impacto mediático de los reconocimientos 3. Cambios en las prácticas fiscales de las empresas reconocidas 4. Percepción del mercado hacia las empresas reconocidas
Mesas Redondas con Stakeholders	1. Identificar y convocar a stakeholders 2. Definir temas y agenda de las mesas redondas 3. Coordinar logística y facilitación de las sesiones 4. Documentar y comunicar los resultados	1. Espacios para encuentros 2. Materiales de comunicación 3. Facilitadores de diálogo 4. Documentación y material de apoyo	1. Coordinador de Mesas Redondas: Planifica y supervisa los encuentros 2. Facilitador: Modera y guía las discusiones 3. Relacionista Público: Comunica resultados y gestiona	1. Número de mesas realizadas 2. Participación de stakeholders 3. Acciones implementadas post-encuentros 4. Satisfacción de participantes

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
	5. Implementar acciones derivadas de los encuentros		relaciones con medios 4. Implementador: Ejecuta acciones acordadas en los encuentros	
Comunicación Activa	1. Desarrollar estrategia de comunicación fiscal 2. Definir canales y mensajes clave 3. Implementar la estrategia y difundir comunicados 4. Establecer mecanismos de retroalimentación 5. Ajustar prácticas fiscales basadas en feedback	1. Plataformas de comunicación 2. Equipos de comunicación. Estrategas en comunicación. Herramientas de retroalimentación	1. Estratega de Comunicación: Desarrolla y supervisa la estrategia comunicacional. Comunicador: Genera y difunde mensajes. Analista de Feedback: Recoge y analiza la retroalimentación recibida. Responsable Fiscal: Ajusta prácticas basadas en feedback	Alcance de los comunicados. Retroalimentación recibida. Cambios implementados basados en feedback. Percepción de stakeholders hacia la empresa

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
Formación de Alianzas	1. Identificar potenciales aliados 2. Desarrollar propuestas de colaboración 3. Establecer y formalizar alianzas 4. Co-desarrollar e implementar programas 5. Evaluar y ajustar los programas en conjunto	1. Equipos de relación con stakeholders 2. Material informativo y de presentación 3. Equipos de proyecto para implementación de programas	1. Gestor de Alianzas: Identifica aliados y establece relaciones 2. Diseñador de Programas: Crea y ajusta programas colaborativos 3. Ejecutor de Programas: Implementa y supervisa programas 4. Evaluador: Analiza la efectividad de los programas	1. Número de alianzas formadas 2. Programas implementados 3. Impacto de los programas 4. Satisfacción de los aliados
Creación de una Plataforma Colaborativa	1. Identificar necesidades y expectativas 2. Diseñar y desarrollar la plataforma	1. Desarrolladores de plataformas digitales 2. Moderadores y gestores de comunidad 3. Contenido relevante y estudios de caso	1. Desarrollador de Plataforma: Crea y ajusta la plataforma digital 2. Gestor de Comunidad:	1. Nivel de actividad de la plataforma 2. Contribuciones realizadas

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
	3. Incentivar y facilitar la participación de empresas 4. Monitorear, ajustar y actualizar la plataforma 5. Facilitar la colaboración y el intercambio de conocimientos	4. Herramientas de colaboración y comunicación	Fomenta y facilita la participación 3. Content Curator: Asegura la relevancia y calidad del contenido compartido 4. Analista de Datos: Evalúa la actividad y el impacto de la plataforma	3. Casos de éxito derivados de la colaboración 4. Satisfacción y utilidad percibida por los participantes
Incentivos Fiscales	1. Identificar y establecer incentivos fiscales relevantes 2. Comunicar claramente los incentivos disponibles y los criterios para acceder a ellos 3. Implementar mecanismos para monitorear y verificar la elegibilidad y	1. Expertos en política fiscal 2. Canales de comunicación 3. Sistema de monitoreo y verificación 4. Data para evaluación	1. Formulador de Políticas: Define y ajusta los incentivos fiscales 2. Comunicador: Difunde información sobre los incentivos 3. Verificador: Asegura que las empresas cumplen con los criterios	1. Número de empresas que acceden a los incentivos 2. Impacto fiscal de los incentivos 3. Impacto de los incentivos en las prácticas de RSC tributaria 4. Satisfacción de las empresas

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
	cumplimiento4. Evaluar el impacto de los incentivos fiscales y ajustar según sea necesario		4. Analista: Evalúa el impacto de los incentivos	
Apoyo en la Implementación	1. Identificar barreras para la implementación de RSC tributaria en PYMEs 2. Diseñar programas de asistencia técnica y apoyo financiero 3. Implementar y promover activamente los programas 4. Monitorear la adopción y el impacto de los programas 5. Ajustar los programas según las necesidades y feedback	1. Asesores técnicos y fiscales 2. Fondos para apoyo financiero 3. Plataformas de formación y recursos educativos 4. Canales de comunicación	1. Diseñador de Programas: Crea programas de apoyo 2. Asesor Técnico: Provee asistencia y formación 3. Gestor de Fondos: Administra el apoyo financiero 4. Analista: Evalúa y ajusta programas basándose en su impacto y feedback	1. Número de PYMEs que acceden a los programas 2. Nivel de satisfacción y utilidad percibida por las PYMEs 3. Cambios en las prácticas de RSC tributaria tras acceder al apoyo 4. Relación costo-beneficio de los programas

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
Inversión en Innovación Fiscal	1. Identificación de áreas para innovación fiscal 2. Creación de un fondo o mecanismo de incentivos para la inversión en innovación fiscal 3. Monitoreo y evaluación de proyectos de innovación fiscal 4. Comunicación y difusión de proyectos exitosos	1. Fondos para incentivos 2. Expertos en innovación y fiscalidad 3. Plataformas de comunicación 4. Herramientas de monitoreo y evaluación	1. Administrador de Fondos: Gestionar y asignar fondos para proyectos innovadores 2. Evaluador: Monitorear y evaluar la efectividad de los proyectos 3. Comunicador: Promover y dar visibilidad a proyectos exitosos 4. Asesor: Proveer expertise técnico a las empresas en sus esfuerzos de innovación	1. Monto de inversión en innovación fiscal 2. Número de proyectos de innovación implementados y en proceso 3. Impacto de los proyectos en la sostenibilidad fiscal y desarrollo comunitario 4. Retorno sobre la inversión en innovación
Promoción de Iniciativas Verdes	1. Establecer criterios para la “sostenibilidad fiscal” 2. Crear un programa de reconocimientos	1. Expertos en sostenibilidad y fiscalidad	1. Formulador de Criterios: Define qué constituye una práctica fiscal	1. Número de empresas participando en el programa

Actividad	Pasos a Seguir	Recursos Necesarios	Roles y Responsabilidades	Métricas e Indicadores
	y/o certificaciones para empresas que promuevan prácticas fiscales sostenibles 3. Desarrollar campañas de concienciación sobre iniciativas fiscales verdes 4. Evaluación de la participación e impacto de las iniciativas	2. Recursos para certificaciones o reconocimientos 3. Canales de comunicación y marketing	"verde" o sostenible 2. Evaluador: Valida las prácticas fiscales de las empresas contra los criterios establecidos 3. Comunicador: Crea y difunde mensajes sobre iniciativas verdes 4. Reconocedor: Otorga certificaciones o reconocimientos	2. Nivel de conciencia pública sobre las iniciativas fiscales verdes 3. Impacto ambiental de las prácticas fiscales adoptadas 4. Valor percibido de las certificaciones o reconocimientos por parte de las empresas y la comunidad

A través de estas estrategias, el municipio de Ocaña puede fomentar un entorno empresarial que no solo cumpla con sus obligaciones fiscales de manera ética y transparente, sino que también actúe de manera proactiva para apoyar y mejorar la comunidad y el entorno en el que opera. Estas estrategias requieren una implementación cuidadosa y colaborativa, asegurando que todas las partes interesadas estén involucradas y comprometidas con la promoción de la RSC en el ámbito tributario.

El tercer objetivo específico enfocó sus esfuerzos en plantear estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito tributario dentro del municipio de Ocaña, Norte de Santander. A través del análisis y formulación de diversas estrategias, se buscó proporcionar un marco que pueda guiar a las empresas, autoridades locales y demás stakeholders en la incorporación efectiva de prácticas de RSC en sus operaciones fiscales.

Las estrategias desarrolladas abarcaron diversas áreas críticas, como la transparencia, la educación, la inclusión de stakeholders, la formación de alianzas y colaboraciones, la incentivación fiscal y la sostenibilidad en la gestión fiscal. Cada una de ellas fue diseñada con la intención de mitigar desafíos identificados y aprovechar las oportunidades para mejorar la conformidad ética y la responsabilidad en el ámbito tributario de las empresas que operan en la región.

Las tácticas propuestas, desde implementar herramientas tecnológicas para facilitar la transparencia fiscal hasta el fomento de la sostenibilidad en las prácticas fiscales, reflejan una aproximación integral y multifacética a la RSC tributaria. Al alinear las prácticas fiscales con los principios de RSC, las empresas no solo se alinean con las expectativas éticas y legales sino que también pueden derivar beneficios en términos de reputación y relaciones con los stakeholders.

Sin embargo, es fundamental destacar que la implementación efectiva de estas estrategias requiere un compromiso genuino de todas las partes interesadas. Las autoridades locales deberían facilitar un entorno propicio, mientras que las empresas necesitan estar verdaderamente comprometidas con las prácticas fiscales éticas y responsables. Además, la participación activa

de otros stakeholders, incluyendo empleados, clientes y la comunidad en general, es crucial para garantizar que las estrategias sean tanto relevantes como efectivas.

En síntesis, este tercer objetivo ha delineado un sendero potencial para inculcar y robustecer la RSC en el ámbito tributario dentro del contexto de Ocaña. Las estrategias y tácticas propuestas deben considerarse como puntos de partida, que deberán ser adaptados y refinados continuamente para reflejar las dinámicas cambiantes del entorno empresarial y fiscal, asegurando así una implementación efectiva y sostenible a lo largo del tiempo.

Conclusiones

Se resalta el profundo entendimiento adquirido acerca de cómo las empresas pueden entrelazar sus prácticas fiscales con principios éticos y socialmente responsables. La identificación de pilares como la transparencia, ética, gestión de riesgos fiscales, cooperación con autoridades fiscales, y la inclusión de stakeholders ha constituido un marco sólido que proyecta una gestión fiscal que no solo se circunscribe a cumplir con obligaciones legales sino también, y de manera importante, se encuentra impregnada de un fuerte sentido de responsabilidad hacia todos los interesados y la sociedad en su conjunto.

Así mismo, se ha identificado un panorama interesante acerca de las percepciones y actitudes de los empresarios en Ocaña hacia la RSC en las prácticas tributarias. A pesar de que existe un reconocimiento general y una apreciación positiva hacia la RSC en el ámbito tributario, también se observa que persisten ciertas brechas, particularmente en lo que respecta al entendimiento de los beneficios tangibles e intangibles que emergen de la implementación de prácticas fiscalmente responsables. Esta dualidad en las percepciones y actitudes resalta la importancia de establecer canales efectivos de información y educación que puedan mitigar las incertidumbres y potenciar la adopción de prácticas de RSC.

Por otro lado, se ha permitido articular estrategias específicas que buscan crear un puente entre la teoría y la práctica de la RSC en el contexto tributario en Ocaña. Al ofrecer un compendio de tácticas y estrategias que abarcan desde la transparencia fiscal hasta la sostenibilidad en las prácticas fiscales, se busca proporcionar un camino viable y efectivo para

que las empresas, no solo cumplan con sus obligaciones fiscales, sino que lo hagan de una manera que respalde y potencie su compromiso con la responsabilidad social y ambiental.

Recomendaciones

Las recomendaciones surgidas del proyecto apuntan inicialmente a la crucialidad de la promoción de la educación y concienciación en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) fiscal, lo que podría materializarse a través del desarrollo de programas y talleres destinados a empresarios y stakeholders para profundizar su comprensión sobre los beneficios y prácticas de la RSC en el ámbito tributario, así como implementar campañas de concienciación para el público en general. En paralelo, es vital fomentar una cultura de transparencia e integridad fiscal, estableciendo mecanismos y plataformas que promuevan la transparencia en la gestión fiscal de las empresas e incentivándolas para que comuniquen proactivamente sus políticas y prácticas fiscales alineadas con la RSC.

La implementación de herramientas tecnológicas eficaces también se sugiere fuertemente, con un enfoque en adoptar aquellas que permitan a las empresas gestionar y comunicar eficientemente sus prácticas fiscales y su impacto en la comunidad, además de facilitar plataformas en línea que permitan una fácil declaración y seguimiento de las prácticas fiscales. Asimismo, se resalta la importancia de desarrollar un sistema de incentivos fiscales y reconocimientos para las empresas que demuestran un compromiso sólido con la RSC en su gestión fiscal, así como la implementación de premios y reconocimientos a nivel local y regional que destaquen las buenas prácticas fiscales.

Además, el fortalecimiento del marco regulatorio, desarrollándolo de una manera que no solo exija la conformidad fiscal, sino que también promueva prácticas fiscalmente responsables y alineadas con los principios de RSC, es otra recomendación clave. Este marco regulatorio

debería ser lo suficientemente flexible como para adaptarse a las dinámicas cambiantes del entorno empresarial y fiscal. La colaboración multisectorial también emerge como un componente central, invitando a establecer foros y plataformas de colaboración entre empresas, gobierno, sector académico y sociedad civil, así como fomentar alianzas público-privadas que incentiven la co-creación de soluciones fiscales sostenibles y responsables.

El establecimiento de sistemas de monitoreo y evaluación para realizar un seguimiento del impacto y eficacia de las prácticas de RSC fiscal implementadas es esencial, al igual que asegurar la implementación de ajustes y mejoras continúas basadas en los insights obtenidos de las prácticas fiscales. Asimismo, es imperativo fomentar la participación de diversos stakeholders en el desarrollo, implementación y evaluación de las políticas y prácticas fiscales de las empresas, estableciendo canales de comunicación abiertos y bidireccionales para garantizar que sus perspectivas y expectativas sean consideradas. Finalmente, las iniciativas que vinculan la fiscalidad con la sostenibilidad ambiental, promoviendo prácticas fiscales que contribuyan positivamente al desarrollo sostenible y la protección ambiental, se subrayan como vitales para conectar la fiscalidad con un futuro más verde y justo.

Referencias

AEGVE. (2018). Ética empresarial y responsabilidad social corporativa. Obtenido de https://aegve.org/etica-empresarial-responsabilidad-social-corporativa/

Author. (2019). stakeholders. Obtenido de https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/

Bird, R. M., & Zolt, E. M. (2005). "The limited role of the personal income tax in developing countries". Journal of Asian Economics, 16(6), 928-946.

Camara de Comercio de Ocaña N.S. (2021). estimacion del potencial de comerciantes para el año 2022. Ocaña N.S. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ESTIMACION%20DEL%20POTENCIAL%20DE%20COMERCIANTES%20PARA%20EL%20AN%CC%83O%202022.pdf

Camara de comercio Ocaña N.S. (2018). DESCRIPCION DE LOS MUNICIPIOS QUE CONFORMAN LA JURISDICCIÓN DE LA CAMARA DE COMERCIO DE OCAÑA. Ocaña. Obtenido de https://www.camaraocana.com/wp-content/uploads/2020/03/Estudio-economico-2017.pdf

Calderón Carrero, J. M. (2019). Redimensionamiento de marcos de control de riesgos fiscales en un contexto post-BEPS. Revista Análisis Tributario, 378.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39-48.

Chesbrough, H. (2006). Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation. In Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.), Open Innovation: Researching a New Paradigm (pp. 1-12). Oxford: Oxford University Press.

Comision Europea. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de. Madrid. Obtenido de: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366

Congreso de los diputados. (2006). Boletín Oficial de las Cortes Generales. Serie D. Núm. 423. p.13.

Constitución Política de Colombia (1991).

Crane, A., Matten, D., & Spence, L. (2019). Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context (2da ed.). Routledge.

Decreto 2041 de 2014. Gobierno de Colombia.

Diaz, M. (2014). Responsabilidad social tributaria como herramienta estrategica de las pymmes. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/323857769_Responsabilidad_social_tributaria_como_herramienta_estrategica_de_las_PyMES

Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (2011). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

economipedia. (s.f.). Definicion impuesto. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/impuesto.html

Ekomercio electronico. (2021). principios constitucionales del derecho tributario. Obtenido de https://blog.ekomercio.co/principios-constitucionales-del-derecho-tributario

Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. California Management Review, 36(2), 90-100.

Flores, M. (2020). la responsabilidad social empresarial en colombia. Obtenido de https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/447/TODAS/Marco-legal-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A stakeholder approach. Pitman.

García, L., González, M., & Valencia, H. (2020). Avances y desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: una perspectiva integradora. Revista de Economía y Negocios, 16(1), 15-28.

Gómez, L., Martínez, M., & Sánchez, D. (2021). Impacto de las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en la Sustentabilidad Tributaria de las Empresas en Bogotá. Revista de Economía y Negocios, 17(2), 45-60.

Gomez, N. R. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa: Contexto Histórico y Relación con las Teorías Administrativas. Monterrey MX: Tecnológico de Monterrey, México. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/944/94455712001/html/#redalyc_94455712001_ref26

Guerrero, J. A. (2013). ESTATUS JURÍDICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN COLOMBIA. Obtenido de https://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490#:~:text=LA%20RSE%20EN%20COLOMBIA,-Ahora%20bien%2C%20ninguno&text=%22Art%C3%ADculo%20333.,de%20todos%20que%20supone%20responsabilidades.

Guía ISO 26000 de 2010. Organización Internacional de Normalización.

Huete, M. A. (2010). Hacia una planificación fiscal socialmente responsable. La planificación ultrafiscal. Revista de actualidad fiscal numero 7.

Hurtado. (2012). Metodologia de la investigacion: guia para una comprension holistica de la ciencia. Bogota D.C.: Ciea.

ISO 26000. (2010). Contribuyendo Objetivos de Desarrollo sostenible. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100401_sp.pdf

James, S., & Nobes, C. (2018). The Economics of Taxation: Principles, Policy, and Practice. Fiscal Publications.

Ley 1340 de 2009. Congreso de Colombia.

Ley 164 de 1994. Congreso de Colombia.

Ley 1753 de 2015. Congreso de Colombia.

Ley 99 de 1993. Congreso de Colombia.

López, F., & Pérez, R. (2017). Estrategias de responsabilidad social empresarial y su incidencia en el desempeño financiero: Un estudio empírico en el contexto colombiano. Estudios Gerenciales, 33(144), 278-287.

Martínez, V. (2015). El papel de la ética empresarial en la responsabilidad social corporativa. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 18(1), 37-50.

MINECO (Ministerio de Economía). (2001). La responsabilidad social de las empresas: una nueva estrategia para la empresa sostenible. Madrid: MINECO. Obtenido de https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2001/pages/20011023_responsabilidadsocial.aspx

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2018). Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Bogotá, Colombia. Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/politicas/2018/pol%C3%ADtica-produccion-y-consumo-sostenible.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). Informe de gestión 2020-2021. Bogotá, Colombia. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/general/informe-de-gestion-2020-2021

Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2020). Marco Fiscal de Mediano Plazo. Obtenido de https://www.minhacienda.gov.co/HomeMinhacienda/ShowProperty?nodeId=%2FOCS%2FP_MHCP_WCC-145925%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased

Novkovic, S. (2008). Defining the Co-operative Difference. Journal of Socio-Economics, 37(6), 2168-2177.

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico). (2017). Directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Obtenido de http://mneguidelines.oecd.org/

OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). (2013). Addressing Base Erosion and Profit Shifting. Obtenido de https://www.oecd.org/ctp/beps-action-plan.pdf

OMC (Organización Mundial del Comercio). (s.f.). ¿Qué es la OMC? Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm

Organización Internacional del Trabajo. (2018). Empresa y trabajo decente. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_635370.pdf

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78-92.

Rondinelli, D. A., & Berry, M. A. (2000). Environmental citizenship in multinational corporations: social responsibility and sustainable development. European Management Journal, 18(1), 70-84.

Sachs, J. (2015). The Age of Sustainable Development. Columbia University Press.

Salgado, M., & Mendieta, L. (2019). El impacto de la responsabilidad social empresarial en la competitividad empresarial: estudio de caso en empresas del sector financiero colombiano. Suma de Negocios, 10(23), 56-66.

Sánchez, J. A. (2013). Responsabilidad social empresarial y medio ambiente: la importancia de las certificaciones ambientales. Análisis Económico, 28(66), 91-110.

Sen, A. (1999). Desarrollo y libertad. Editorial Planeta.

Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Editorial Alianza.

Stiglitz, J. (2002). La globalización y sus descontentos. Editorial Taurus.

United Nations. (2015). Transforming our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Obtenido de https://sdgs.un.org/2030agenda

Von Hayek, F. (1944). Camino de servidumbre. Editorial Alianza.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2000). Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense. Geneva: WBCSD. Obtenido de https://www.wbcsd.org/Overview/Resources/General/Corporate-social-responsibility-Making-good-business-sense

Apéndices

Apéndice A. Encuesta sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Tributario en Ocaña, Norte de Santander

Instrucciones: Por favor, tómese unos minutos para completar esta encuesta. Su participación es valiosa para entender el estado actual y potenciar las prácticas de responsabilidad social corporativa en el ámbito tributario en nuestra región.

1. Nombre de la empresa (opcional):

2. ¿Cuántos años lleva operando su empresa?

- Menos de 1 año
- 1-5 años
- 6-10 años
- Más de 10 años

3. ¿Está familiarizado con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Conoce los beneficios tributarios a los que puede acceder la empresa al implementar un programa de RSE?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. Las políticas de RSC tributaria de su empresa están claramente definidas y comunicadas a los empleados.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. Es esencial que las empresas en Ocaña adopten prácticas de RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. Mi empresa cumple ética y responsablemente con todas las obligaciones tributarias.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral

- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. La conciencia sobre la RSC en el ámbito tributario en Ocaña es alta.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. Mi empresa ha tomado medidas activas para fomentar la responsabilidad tributaria.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. La RSC en el ámbito tributario es esencial para la reputación y confianza de mi empresa en la comunidad.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. Las autoridades locales deberían fomentar más activamente la RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. Mi empresa estaría dispuesta a colaborar en iniciativas que promuevan la RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. La capacitación y educación continua en RSC tributaria es esencial para mejorar la gestión de la empresa.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. La sociedad ve positivamente a las empresas que adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. La RSC en el ámbito tributario ayuda a mejorar las relaciones con las autoridades fiscales.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. Mi empresa necesita más recursos y herramientas para mejorar su RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

17. Las empresas que no adoptan políticas de RSC en el ámbito tributario deberían enfrentar sanciones o desincentivos.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo

- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

18. Los clientes valoran más a las empresas que adoptan prácticas de RSC en el ámbito tributario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

19. Sería útil que se ofrecieran talleres o capacitaciones sobre RSC en el ámbito tributario en Ocaña.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

20. La transparencia en las prácticas tributarias es un indicador clave de la RSC de una empresa.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo

- Totalmente en desacuerdo

21. Por favor, añada cualquier comentario o sugerencia adicional que pueda tener respecto a este tema. (Respuesta abierta)