

ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ MEDIANTE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EN LAS GRANDES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA Y SU ÁREA  
METROPOLITANA

JENNYFER STEPHANIA PEREZ OLIVELLA

MARIA TERESA PAREDES MOLINA

MIGUEL ANGEL CASTRO TARAZONA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE PROYECTOS  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ MEDIANTE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EN LAS GRANDES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA Y SU ÁREA  
METROPOLITANA

JENNYFER STEPHANIA PEREZ OLIVELLA

ID 635906

MARIA TERESA PAREDES MOLINA

ID 635910

MIGUEL ANGEL CASTRO TARAZONA

ID 645591

Proyecto de Grado

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

## **Resumen**

La paz es un escenario de gran importancia que necesita de la participación y actuación de diferentes organizaciones e instituciones, entre ellas se encuentran las empresas de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana argumentando que por medio de la responsabilidad social desarrollan acciones en búsqueda de este derecho trascendental para la sociedad en general. El objetivo de la presente investigación consiste en analizar la Construcción de paz mediante la Responsabilidad Social en las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana, a fin de evaluar el impacto de las acciones realizadas por las empresas en la construcción de paz. La metodología que se utiliza corresponde al enfoque de investigación que se establece como cualitativo de tipo de observación no participativa, desarrollando diferentes instrumentos en búsqueda de la obtención de información junto con la solución de los objetivos planteados. Conforme a los resultados evidenciados se determina que las empresas cumplen un rol importante en la construcción de paz siendo necesario fortalecer estas acciones para crear un ambiente pacífico donde la tolerancia y el respeto estén presentes de forma constante. Finalizando se concluye que la participación de las empresas en la construcción de paz es importante y trascendental para que se puedan crear ambientes pacíficos y de tranquilidad que son anhelados por la sociedad en general.

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	9
1. Planteamiento del Problema	11
1.1 Formulación del Problema	12
1.2 Justificación	13
1.3 Alcance	16
1.4 Objetivos	16
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
2. Marco Referencial	18
2.1 Antecedentes	18
2.1.1 Antecedentes internacionales	18
2.1.2 Antecedentes nacionales	20
2.1.3 Antecedentes locales	23
2.2 Marco Teórico	25
2.3 Marco Legal	28
2.3.1 Declaración Universal de los derechos humanos	29
2.3.2 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU)	31
2.3.3 Guía Técnica de Responsabilidad Social (GTC 180)	33
2.3.4 Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad Social (Organización Internacional de Normalización)	33
3. Marco Metodológico	35

3.1 Tipo de Investigación	35
3.2 Población	36
3.3 Muestra	36
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	37
3.5 Técnica de Procesamiento y Análisis de Datos	38
4. Resultados	39
4.1 Análisis de la Información	39
4.1.1 Tabulación de la encuesta.	39
4.2 Aportes de la Responsabilidad Social Empresarial Determinados Mediante Resultados de la Encuesta	50
4.3 Matriz de Impacto basada en los componentes de la Cultura de Paz	52
5. Limitaciones	54
6. Conclusiones	55
Referencias Bibliográficas	57
Anexos	60

## Lista de Figuras

	<b>pág.</b>
Figura 1. ¿Conoce usted el conceptote responsabilidad social?	39
Figura 2. ¿Cuál de los siguientes canales le gustaría recibir mayor información acerca del tema?	40
Figura 3. ¿Existe en su empresa el programa de responsabilidad social debidamente documentado y actualizado?	41
Figura 4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos influyen desde su empresa a la práctica de la responsabilidad social?	42
Figura 5. ¿Su relación con grupos de interés externos (proveedores, contratistas) se ve influenciado por la manera en que practican la responsabilidad social?	43
Figura 6. ¿En cual de los siguientes ámbitos o grupos de personas se enfoca principalmente la responsabilidad social en su empresa?	44
Figura 7. De los siguientes puntos nombrados a continuación, ¿Cuál practica su empresa desde la responsabilidad social?	45
Figura 8. Ética	46
Figura 9. Medio ambiente	46
Figura 10. Marketing responsable	47
Figura 11. Compromiso con la comunidad	47
Figura 12. Calidad de la vida laboral	48
Figura 13. ¿Cree usted que su responsabilidad social aporta a la construcción de paz?	49
Figura 14. ¿Promueve alianzas con otros actores privados, públicos, yo sociales para construcción paz y reconciliación?	50

## Lista de Tablas

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Matriz de Impacto	52

## Lista de Anexos

	<b>pág.</b>
Anexo 1. Instrumento de investigación	60

## **Introducción**

La responsabilidad social empresarial resulta ser un pilar fundamental en el aporte que las empresas pueden dar en especial a contextos que están en crisis, obteniendo con ello una gran posibilidad para relacionarse con el ámbito en donde realizan su acción, respondiendo a diferentes intereses como el incremento de la rentabilidad, de la competitividad y/o de la sostenibilidad, basados en la identificación de beneficios que este tipo de prácticas trae consigo.

Con la idea de aportar a la relación de las empresas de la región con el contexto en el que se ubican, se realizó este estudio el cual analizó la construcción de Paz desde la responsabilidad social empresarial en San José de Cúcuta y la zona metropolitana logrando evaluar el impacto de las empresas a favor de la construcción de Paz en la región, para lo cual, se tomó una muestra cuya característica principal es estar clasificada como empresa grande de la región, entendidas éstas como empresas con más de 101 empleados y cuyos activos pasan los 30000 SMLMV, logrando a su vez que contemplaran la posibilidad que tienen de aportar a la construcción de paz, creando de esta forma una necesidad, lo que llevó a identificar cómo conciben el término de responsabilidad social y cómo lo relacionan hacia la construcción de Paz.

Frente a esta situación se diseñó e implementó un instrumento de investigación que permita recopilar dicha información, realizando, mediante un ejercicio pedagógico, la orientación de los sujetos de estudio para que contemplen el concepto de Paz con sus características y variables, para así lograr determinar desde sus acciones de responsabilidad social a qué tipo de paz están aportando.

Seguidamente se describió la situación actual de las empresas locales sobresalientes con respecto a su aporte a la construcción de Paz, como ejercicio de responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta el contexto en el que realizan su acción, el cual se caracteriza por

ser un territorio en el que pese a que se acaba de firmar un acuerdo de paz, permanece en conflicto armado, en donde el anhelado postconflicto se traduce en una transformación de actores que continúan delinquiendo con unos intereses marcados en la ubicación de la región, la cual por ser frontera, termina siendo estratégica para mantener activas las conductas de narcotráfico, aumento de fuerza armada ilegal, comercio ilegal, movilidad de personas y facilidad para involucrar la gobernabilidad en procesos de corrupción.

Al final se cuenta con un marco analítico para comprender el alcance de la responsabilidad social empresarial en la construcción de Paz e identificar las herramientas que pueden adoptar las empresas y las iniciativas globales a las que se pueden adherir para tomar dicha responsabilidad. El documento también logra argumentar el aprovechamiento del potencial de esta contribución, siendo pertinente comprender mejor su origen, su naturaleza e impacto llegando a proponer una iniciativa de investigación a favor de mejorar el entorno social desde la oportunidad que da la aplicación de la responsabilidad social empresarial a temáticas relevantes a la situación de la región.

## 1. Planteamiento del Problema

Históricamente las guerras entre países, las guerras civiles o los conflictos armados internos como lo es el caso de Colombia, tienen una característica que se podría denominar un común denominador, las consecuencias, las cuales en todo sentido, algunas en una gran escala que otras, apuntan a la intencionalidad de que la sociedad sea fragmentada en su tejido social, aspecto que se puede contemplar en el número de personas afectadas por la situación, la crisis institucional que se refleja y que empeora la situación, y en especial para algunos casos del cual no se escapa Colombia de una sociedad polarizada y con una gran indiferencia hacia lo que esté pasando.

Haciendo una perspectiva comparada de los conflictos armados, de las guerras civiles o de las confrontaciones entre países o guerras entre los mismos y también de los procesos de Paz incluyendo los intentos dados en Colombia, se logra identificar un factor común que afectan los propósitos de Paz y es precisamente el escepticismo de los gremios empresariales para concebirse como una institución social con un gran poder para la construcción de Paz.

Para el caso Colombia a la reciente firma del acuerdo de Paz, la participación de agentes internacionales como garantes en la implementación de lo pactado, el protagonismo del presidente Juan Manuel Santos Calderón al obtener el primer Nobel de Paz, se ha generado un especial interés de la comunidad internacional sobre Colombia, ocasionando un fuerte cuestionamiento acerca de la promoción, apropiación y aplicación del concepto de Paz que va más allá a la ausencia de guerra en nuestra sociedad.

Las empresas que operan en contextos sociales de conflicto violento, posconflicto o inseguridad, enfrentan diversos retos y oportunidades: puede que al no tener interés de aportar a la construcción de Paz logran de manera indirecta hacer más complejo el panorama aportando en

la prolongación de la violencia, como también a aumentar la indiferencia social frente a lo que sucede en la región.

Por su parte las empresas que operan en territorios complejos con las características descritas que conciben el territorio desde lo social logran contemplar un sin número de posibilidades para aportar a la reconstrucción del tejido social desde una perspectiva de Paz. Considerando lo anterior y teniendo en cuenta la importancia de la gestión de conocimiento para el fortalecimiento de lo social, mediante la presente investigación se identificó el estado actual de la responsabilidad social en las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, con respecto a sí se conciben o no como una posibilidad para la construcción de Paz, y al conocer la naturaleza de sus acciones lograr determinar desde qué enfoque teórico lo incluyen en su práctica de responsabilidad social.

Finalizando la descripción del problema se identificaron diferentes factores que se pretendieron solucionar en el desarrollo de la investigación, entre los cuales se indagó acerca de cuáles son los aportes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la construcción de Paz en la ciudad de San José de Cúcuta y su Área metropolitana, si en la actualidad conciben las empresas el aporte a favor de la construcción de Paz, de ser así, a qué tipo de Paz le apuestan desde su ejercicio socialmente responsable, y por último, se determinó cuál es el impacto de las acciones realizadas por las organizaciones en la construcción de Paz.

### **1.1 Formulación del Problema**

¿Cómo se puede determinar la relación de la Responsabilidad Social y la Construcción de Paz en las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana?

## 1.2 Justificación

La situación social por la que atraviesa el país en la actualidad, termina siendo un reto significativo a favor de la construcción de Paz estable y duradera, situación que convoca a las instituciones socialmente responsables entre las cuales está, como figura clave el gremio empresarial. En el plan de desarrollo (PND) 2014 -2018: “*Todos por un nuevo País*” se concibe como respuesta oportuna y eficaz a los contextos y situaciones actuales de los territorios nacionales, el cual se estructura a partir de 3 pilares fundamentales, la paz, la equidad y la educación.

Desde el plan de gobierno las políticas nacionales están orientadas al desarrollo sostenible, entendido este como el bienestar de cada uno de sus habitantes sin afectar las generaciones futuras, en consecuencia a que las dinámicas particulares del país como lo son su variada geografía, la complejidad de la institucionalidad y la constante e histórica violencia han afectado en que se presentan muy bajos niveles de avances sociales y económicos y en sectores donde se presentan avances lo hacen de manera inequitativa. Para lograr los objetivos propuestos el gobierno formula 5 estrategias que a su vez aportan a los 3 pilares anteriormente descritos; estas son: 1. Competitividad e infraestructura Estratégicas; 2. Movilidad Social; 3. Transformación del campo; 4. Seguridad, Justicia y Democracia para la construcción de Paz; y 5. Buen Gobierno (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2014). Es entonces como todas aquellas acciones que fomenten el crecimiento económico, el desarrollo humano y la promoción social se convierten en estrategias para la consolidación de la paz y la convivencia pacífica.

Es el caso de la presente investigación la cual logró identificar las bondades y también los desafíos que trae la coyuntura social que vive el país, buscando que tal situación se convierta en

una oportunidad para la región de frontera entre Colombia y Venezuela, a través de las empresas locales socialmente responsables.

Teniendo en cuenta las particularidades que tiene el territorio de Norte de Santander por ser territorio fronterizo, abundante en biodiversidad, rico en recursos naturales, con cuatro características territoriales que le dan un poder particular por lo que puede llegar a producir en recursos naturales, hídricos, energéticos, agroindustriales, incluso en ecoturismo o en prácticas amigables para el reconocimiento de la ancestralidad mantenida por la cultura étnica, se habla de Catatumbo, Santurbán, el territorio indígena Barí y el hecho de haber sido hasta hace poco la frontera más activa de Sudamérica, se determina que es el escenario propicio para que exista un amplia posicionamiento de la región en diferentes ámbitos, entre ellos el de la construcción y diálogo social permanente en donde prevalezcan la visiones colectivas de paz y desarrollo, pensado desde las potencialidades y no desde las necesidades del territorio, logrando poner en marcha estrategias para la transformación de realidades en donde cada conflicto sea reconocido como una gran oportunidad y en donde la implementación de las acciones a realizarse a favor del control social logren incluir la acción de las instituciones sin exceptuar el papel de la empresa en la región en pro de construir Paz desde su responsabilidad social empresarial.

Sin embargo, ante la realidad de tener una región en donde mencionadas características paradójicamente en vez de ser un poder como se resalta con anterioridad son algunas de las causas de la situación crítica que vive el territorio, en líneas generales, comparando la forma como se ha mantenido y nutrido el conflicto armado queda claro que en las zonas del país donde hay mayor riqueza, se convierten en los territorios mayormente afectados por el conflicto armado y a su vez por el debilitamiento institucional.

Situación que al contrastar con la historia de la violencia ha fragmentado el tejido social, sumado a la actual crisis fronteriza y a la transformación del conflicto armado efecto del proceso de Paz firmado con las FARC - EP, hacen de ésta, una región con características especiales que requiere de una mirada de múltiples perspectivas por parte tanto del Estado, como por la academia.

La economía de la región es caracterizada por el desarrollo de intercambios comerciales informales, por lo que es todo un desafío formar empresa y crear una cultura de Responsabilidad Social Empresarial que aporte a la construcción de Paz. Por lo que los datos que arroja la Ley que reglamenta a las empresas en el aspecto en cuestión, serán importantes para conocer la forma como se está llevando a cabo la responsabilidad social empresarial y cuáles han sido sus aportes directos e indirectos en pro de la construcción de Paz.

Lo anterior no sólo evidencia la relevancia del tema, sino que lo determina como necesario e importante de cara a los aportes que las instituciones sociales deberían hacer frente a la garantía del derecho a la paz, haciendo que las empresas midan las acciones de Responsabilidad Social en impactos antes que en resultados.

De esta forma aportar herramientas para el desarrollo de acciones propias del gremio empresarial, teniendo en cuenta que la información consultada y la metodología empleada puede revelar campos de acción y necesidades de desarrollo de proyectos a favor de las comunidades.

Para concluir, se desea contextualizar con cifras reales la realidad del país en materia de conflicto armado y posconflicto, según el RUV (Registro Único de Víctimas), en su página oficial, mantiene actualizados a corte mensual, datos reales en cada rubro, los cuales se describen a continuación: 8.679.002 víctimas registradas, de las cuales, 8.332.081 son víctimas del conflicto armado, las cuales se clasifican en víctimas sujetas de atención con 6.672.373 y

víctimas directas de desaparición forzada, homicidio, fallecidas y no activas para la atención con 1.659.708; continuando con el grupo restante, el que hace alusión a las víctimas sentencias con 346.921, las cuales se clasifican en víctimas sujetos de atención con 272.532 y víctimas directas de desaparición forzada, homicidio, fallecidas y no activos para la atención con 74.389 (Unidad para las Víctimas, 2018).

Frente a lo anterior se analiza la dura situación por la que se atraviesa y que necesariamente pide a gritos mecanismos formales y estructurados, capaces de mitigar o controlar el aumento de los mismos, se habla del surgimiento de la construcción de paz, con las diversas prácticas que puedan desarrollar las organizaciones, impulsadas de ser posible por el mismo gobierno, que debe ser el primer abanderado de la formalización y trascendencia de una cultura de Paz estable y duradera.

### **1.3 Alcance**

El alcance de la presente investigación consiste en analizar la Construcción de paz mediante la Responsabilidad Social en las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana, realizando inicialmente un diagnóstico de las dinámicas empresariales que intervienen en la cultura de paz, para llevarlo a cabo se diseñó una herramienta metodológica basada en la encuesta, posteriormente con los resultados obtenidos al aplicar dicho instrumento se determinaron los aportes de las organizaciones frente a la consecución de las paz, finalmente se evaluó el impacto de las acciones realizadas por las organizaciones que fomentan la cultura de paz involucrando espacios pacíficos y tranquilos.

### **1.4 Objetivos**

**1.4.1 Objetivo general.** Analizar la Construcción de paz mediante la Responsabilidad Social en las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana, a fin de evaluar el Impacto de las acciones realizadas por las empresas en la construcción de paz.

**1.4.2 Objetivos específicos.** Diagnosticar las dinámicas empresariales que se están utilizando para la generación de aportes a la construcción de la paz mediante una herramienta metodológica.

Determinar los aportes de la Responsabilidad Social Empresarial frente al derecho a la paz en la ciudad de San José de Cúcuta y su área metropolitana.

Evaluar el Impacto de las acciones realizadas por las empresas en la construcción de paz como fomentación de espacios pacíficos y tranquilos.

## 2. Marco Referencial

### 2.1 Antecedentes

**2.1.1 Antecedentes internacionales.** Según el autor: Josep M. Lozano, Instituto de Innovación Social (ESADE), 2009 España. “El rol de los gobiernos en la Responsabilidad Social”. Estados Unidos durante finales de los años 50 y principios de los 60 a raíz de la Guerra fría y otros conflictos como el Apartheid.

Despierta el interés en los ciudadanos y empresarios que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos, o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente responsables.

Antecedente investigativo que da insumos a la presente propuesta de investigación, toda vez que podrá ser una línea base que fundamente la estructura teórica y epistemológica que facilitara por un lado, la apropiación de conceptos básicos que se integran en esta investigación y por otro lado permite contemplar la problemática desde una esfera global garantizando incluso características básicas que justifican aún más la necesidad de este estudio.

Según el autor Hernández Arteaga (2017) desarrolla investigación denominada Cultura de paz: una construcción desde la educación.

Este artículo de revisión resultado de investigación en el tema, posibilitó un rastreo teórico sobre la relación existente entre la construcción de una cultura de paz y la transformación de la educación en un mundo inseguro e incierto. Objetivo: indagar tendencias conceptuales sobre paz, cultura de paz, construcción de cultura de paz, frente a la responsabilidad de la educación en la construcción de una cultura de paz.

La cultura de paz es identificada como uno de los escenarios más importantes en la sociedad porque por medio de ella se pueden aplicar diferentes conceptos y escenarios adecuados para que ello sea fomentado en los diferentes escenarios, basándose en el respeto, tolerancia, solidaridad y compromiso.

Adicionalmente el autor señala una serie de lineamientos que se deben utilizar de forma constante añadiendo la existencia de diferentes factores y demás intereses que impiden un eficiente desempeño relacionado con la aplicación de los conceptos, valores y principios sociales para el beneficio de todos.

Según Arteaga González Susana (2017) ejecuta la investigación denominada “sistema de formación continua para el desarrollo de la educación para la paz”.

La Educación para la Paz constituye una herramienta fundamental para contribuir a la formación de una cultura de paz, cuyo principio básico está en la dignidad de cada individuo. El presente trabajo tiene como propósito proponer un sistema de formación continua de los docentes de ciencias sociales para el desarrollo de la Educación para la Paz en las escuelas pedagógicas. Para tal fin se parte de los fundamentos de la formación de los docentes como vía de desarrollo de su actividad creadora, se asume una concepción del término Educación para la Paz y se especifican los fundamentos teóricos y metodológicos de los que necesita apropiarse este docente.

Se sigue utilizando de forma constante el concepto de cultura siendo el encargado de determinar el conjunto de actuaciones pertinentes para la sociedad en conflicto que se vive en el día a día. Así mismo establece que la educación es el medio adecuado frente a esta problemática que infortunadamente ha estado presente en el mundo.

La construcción del sistema se realiza desde la utilización de las técnicas de la metodología cualitativa y particularmente la investigación acción cooperativa. La implementación del sistema permite apropiarse de nuevos contenidos y, la identificación con la temática como punto de partida para proyectar su práctica educativa y enfrentar las manifestaciones contrarias a la paz en los diferentes espacios educativos de las escuelas pedagógicas.

Según Bedmar Matías (2013) desarrolla la investigación denominada Valoración de las representaciones sociales sobre el concepto de paz en futuros educadores.

En este artículo se presentan aspectos destacados de una investigación realizada el pasado curso 2009-2010 con estudiantes de las asignaturas de Educación para la Paz (Magisterio) y Educación para la Igualdad y la Paz (Pedagogía) en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada, España. El objetivo es conocer las representaciones sociales de los estudiantes sobre el concepto de paz y su evolución tras cursar la asignatura de Educación para la Paz.

La educación sigue siendo el escenario propicio para construir la paz en la sociedad sin embargo es el lugar en el que se presentan más problemas y dificultades para la adquisición de los conocimientos argumentando que las personas no identifican con agrado hacer parte de este escenario.

**2.1.2 Antecedentes nacionales.** Según el autor: Gonzalo A. Vargas, 2014 Colombia. Universidad de los Andes, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (Cider). “La responsabilidad social empresarial en la construcción de paz: una introducción”.

El objetivo de este artículo es proporcionar el papel de las empresas en la construcción de paz, las acciones según las condiciones del conflicto, entorno y de las características mismas de cada empresa e ilustra diversas maneras en que las empresas alrededor del mundo aportan y

generan prácticas a favor de la construcción de paz. Hacen una referencia sobre la guerra fría y la declaración de los derechos humanos internacionales. Por otra parte un empalme riguroso y unificado de las respuestas de empresas multinacionales a situaciones de conflicto violento (físico, económico, político y cultural).

Según los autores: Blanca Inés Arteaga Morales Diego Andrés Walteros Rangel Juleine Puentes Orjuela Daissy Liliana Salcedo Oscar David Andrade Becerra Diego Julián Bautista Monroy Elver Hernán Parra Galindo Diana Marcela Vargas Porras Laura Carolina Baños López. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2012 Colombia. “Los Cuadernos Paz a la Carta”.

Con este documento, busca ayudar y facilitar a la ciudadanía, y específicamente a quienes están involucrados en el sector empresarial, acerca del rol tan importante y necesario que puede orientar para favorecer la consecución de la paz. Además, manifiesta el modo como las empresas tienen un nivel de responsabilidad importante en materia de favorecer la tan anhelada paz, la capacidad de diálogo y comunicación que han tenido con diversos actores determinantes y la definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que ha surgido en los últimos tiempos en las áreas y escenarios del trabajo de las compañías a nivel nacional e internacional. Bajo la cual las empresas deben contribuir a favorecer el entorno social en el que actúan.

Según el autor: Juan Guillermo Correa Jaramillo. Universidad de Medellín, 2007 Colombia. “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social”. Con esta fuente, cumple con los criterios, los conceptos, semejanzas y diferencias entre responsabilidad social empresarial y proyección social, a nivel mundial y en el país. Además, con el objetivo de dar a conocer los organismos promotores de la RSE y los lineamientos que éstos han diseñado, tales como el Manual de Balance Social de la Asociación Nacional de

Industriales y de la Organización Internacional del Trabajo (ANDI OIT) y de la Corporación Colombiana de Responsabilidad Empresarial CCRE, entre otros.

Según el autor: Jiménez Gabriel (2014) desarrolla la investigación Multinacionales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia.

Este trabajo se centra en el papel de las multinacionales en la construcción de paz en el conflicto colombiano. Para ello, en primer lugar, se construye un marco teórico en el que se intenta dar cuenta de dicho papel en este proceso. En segundo lugar, se presenta la experiencia de Colombia en relación con la construcción de paz por parte de las empresas transnacionales. En tercer lugar, se trata la relación entre paz, Responsabilidad social empresarial y el Pacto Global. Al final se ofrece una conclusión sobre la construcción de paz en Colombia por parte de las multinacionales.

El papel que cumplen las multinacionales en la sociedad es importante porque se puede analizar que ellas generan empleo ayudando en el ámbito económico, no obstante se debe mencionar que es pertinente su participación en lo relacionado con la paz, argumentando que en la sociedad donde se encuentran durante muchos años el conflicto ha estado presente generando vulneraciones y lesiones hacia los individuos sin realizar ningún tipo de distinción.

Es menester señalar que la capacidad de las multinacionales conlleva a determinar que su participación es necesaria para la construcción de paz siendo organizaciones constituidas de forma eficiente que generan estabilidad en la sociedad, especialmente en estos escenarios que se necesitan.

Según el autor: Crespo Faride (2010) realizó la investigación “Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial”.

Dada la importancia del concepto de responsabilidad social en el mundo de los negocios, la poca claridad y relación con las prácticas; es primordial tratar de entenderlo para definirlo y de esta forma saber cuáles son las acciones a implementar para ser socialmente responsable. Por ello, el objetivo del presente artículo es presentar dos tipos de discusiones alrededor del concepto, por un lado, lo que se podría llamar las cuestiones conceptuales o teóricas, y por otro, presentar algunos de los estudios desarrollados en Latinoamérica, especialmente en Colombia.

Cuando se menciona el concepto de responsabilidad social se debe tener presente que el enmarca diferentes ámbitos y escenarios, entre ellos la construcción de la paz, catalogado por ser un derecho de la sociedad colombiana en la que se busca hacer partícipe de ella para que se disminuyan las acciones violentas y generadoras de conflicto que durante mucho tiempo se han identificado.

La sociedad colombiana necesita de la participación de todos, especialmente de las empresas que dirigen personal para generar valores en donde el desarrollo de sus acciones junto con la producción de los servicios conlleve a un escenario de paz para el beneficio de la sociedad colombiana.

**2.1.3 Antecedentes locales.** Según el autor: Diego Fernando Archila Meléndez, 2009, San José de Cúcuta. Universidad Libre, Biblioteca Manuel José Vargas. “La responsabilidad social empresarial, desde el punto de vista de la contaduría pública en la ciudad de Cúcuta”

Con esta investigación, se puede evidenciar en el contexto local, ya se había realizado estudios sobre la responsabilidad social y su relación con otros factores importantes para las empresas y la ciudad.

Además, el objetivo de dicha tesis es analizar qué empresas desarrollan la responsabilidad social y los beneficios vistos desde la contabilidad. Tomando a colación las grandes, medianas y

pequeñas empresas de la ciudad, permitiendo realizar una breve descripción acerca de las características que ayudan con el estudio y aplicación del instrumento. De igual manera, la investigación contribuye con aportes significativos sobre la situación que se vivía hace una década en la ciudad.

Según el Autor: Jimena del Pilar Reyes Murillo, 2013, Universidad nacional abierta y a Distancia. “Prioridades y tendencia de las acciones responsables, de las empresas cucuteñas y su relación con la responsabilidad social global”.

El objetivo de la tesis es investigar las inclinaciones, prioridades y enfoque de las prácticas de responsabilidad social en la ciudad y describir la repercusión de las acciones benéficas implementadas tanto para la empresa y la comunidad.

La investigación es útil para indagar desde qué enfoque las empresas están desarrollando responsabilidad social, y brinda el diseño de estrategias que aportan para aplicar prácticas a nivel local a prácticas a nivel internacional, con el fin de realizar una responsabilidad social global.

Según el Autor: Maldonado Jorge (2016) desarrolla la investigación Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquineras de la ciudad de Cúcuta.

El presente trabajo de investigación, está orientado al estudio de la RSE en las medianas industrias marroquineras, tema un tanto desconocido para algunos empresarios, el conocimiento y aplicación de esta cultura en las industrias es el compromiso de la empresa para con la comunidad; es la retribución de las organizaciones con respecto a la contaminación, sobreexplotación de los recursos y aprovechamiento del medio ambiente.

La investigación se realiza para identificar y obtener información de primera mano sobre conocimiento y manejo que éstas tienen sobre el tema, para así permitir perfeccionar la filosofía

e incluirlos para su diario funcionamiento. Es importante esta investigación a la contribución al desarrollo económico y social de la ciudad, de esta forma, se está dejando un precedente para las futuras investigaciones y el cumplimiento a la normatividad de la RSE para las PYMES del sector marroquinero en la ciudad de Cúcuta. Por medio de esta investigación e identifica las directrices que se tienen en cuenta en relación al desarrollo de la responsabilidad social empresarial en las empresas de Cúcuta.

## **2.2 Marco Teórico**

De acuerdo con la línea de la investigación, es realmente importante entrar al tema de la paz como objeto de estudio científico que en este caso se ha abordado, en pro de formar cultura de paz a partir de la Responsabilidad Social implementada en las grandes empresas de la ciudad y su área metropolitana.

Johan Galtung plantea tres axiomas para abordar la teoría de paz (1985), en el primero el término de paz se utiliza para objetivos sociales, acordados por muchos participantes, en un segundo caso, plantea que estos objetivos de nivel social suelen ser complejos pero no advierte que no imposibles de alcanzar, y en un tercer planteamiento considera válida la siguiente afirmación “la Paz es la ausencia de la violencia” (Galtung, 1985), lo cual limita el escenario de estudio de Paz en su último planteamiento de tal forma que no permite la flexibilidad del término como algo alcanzable dentro de la misma sociedad.

Para esto Vicent Martínez Guzmán realiza su planteamiento basado en lo anterior, buscando dar a entender el término dentro de unos pasos compuesto en la ciencia social aplicada de la investigación para la Paz, planteando así cuatro etapas como resultado de la complejidad del asunto y la necesidad de un estudio epistemológico amplio del tema, el cual toma Francisco Muñoz en su estudio de la Paz Imperfecta y los plantea de la siguiente forma.

En la primera etapa:

La Paz negativa, como ausencia de guerra o como situación de no-guerra, como efecto de la situación que vivía el mundo en sus procesos de guerra del pasado siglo, extendidos en la lucha en contra de la carrera armamentista nuclear y bajo el patrón de relaciones internacionales con características neo-imperiales de la guerra fría, en donde tuvieron un papel importante las ciencias humanas del comportamiento, tales como la Psicología social, la Antropología y el Psicoanálisis (Muñoz, 2001).

En una segunda etapa se propone:

El concepto de Paz positiva, el cual se plantea como un momento en donde ya existe una clara superación de los límites de la Paz entendida como ausencia de la guerra o de manifestaciones de violencia directa, en lo que tiene que ver con el daño a la integridad física de cualquier ser humano, viéndola de esta forma como el efecto de una construcción consciente de una Paz basada en la justicia, generadora de valores positivos duraderos y sostenibles, capaz de integrar política (Muñoz, 2001).

De esta forma se plantea un espacio investigativo flexible apoyándose en la mismas ciencias humanas y el saber interdisciplinar, en pro de encontrar el papel que tienen las empresas en la construcción de paz.

En la tercera etapa se plantea:

La paz neutra como una forma de ver una nueva posibilidad en medio de la dos planteadas anteriormente, “en pro de alcanzar la legitimidad cultural, en la cual ante un sentido de violencia del corte cultural se pueda situar al frente la Paz en este sentido, que viene a indicar un contexto de acción caracterizado por la implicación activa de las personas en la tarea de reducir este tipo de violencia que según Galtung se legitima a través del silencio y de la apatía social” (Jiménez y López 2007).

En un último sentido se plantea la cuarta etapa:

La cultura de Paz, producto o resultado de las tres anteriores como una forma de causalidad “Paz= Paz negativa+Paz positiva+Paz neutra = Cultura de Paz”, la cual se da como resultado de la característica de neutralidad que posee todo ser humano como mecanismo

de defensa para entender su compleja realidad en la que se encuentra sumergido ((Jiménez y López 2007).

Y que termina fortaleciéndose ante cualquier situación que deba afrontar, como producto de la subjetividad e intersubjetividad de un grupo con características compartidas.

De esta forma plantea un espacio investigativo flexible apoyándose en la mismas ciencias humanas, sociales y administrativas en pro de encontrar alternativas a favor de la construcción de Paz desde el ámbito empresarial.

Para conceptualizar la responsabilidad empresarial es importante destacar que es un tema que se ha abordado históricamente desde el principio del siglo XX en el libro Social control of Business (Clark, 1933) en el cual se desarrollan algunas particularidades y que luego definirían lo que se entiende por Responsabilidad Social empresarial. Luego, el concepto como tal se desarrolla en el libro responsabilidades sociales en el hombre de negocios en el que da la primera definición que se conoce, a saber: “Las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bowen,1953, citado en Rodríguez, 2014). Siendo este un punto de partida para que expertos y teóricos del tema dieran nuevas definiciones, las cuales han estado sujetas a los cambios de las dinámicas sociales, económicas, ambientales e incluso, sujetas a tendencias teóricas organizacionales.

El concepto revela la necesidad de que las empresas entren en un diálogo ético con el contexto de donde extraen sus materias primas y con los diferentes grupos de personas con los que se relacionan devolviendo algo de lo que toman de ellos. Cabe anotar que esta acción es y se hace desde la empresa y no desde quien la dirige como una iniciativa personal.

Por otra parte, en la literatura existente se enuncia que esta práctica tiene tres características principalmente y que permiten delimitarla en la empresa. De ahí que se entienda que es una acción que responde a la voluntariedad de la misma por impactar de manera positiva en la sociedad y el ambiente donde se encuentra; igualmente se considera el equilibrio entre el desarrollo económico que como empresa se proyecta y el desarrollo social y el desarrollo ambiental, finalmente, no se entiende como una acción aislada o aparte de la actividad económica de la empresa, sino que responde a todo el direccionamiento estratégico de ésta y que se relaciona con el negocio y las posibilidades económicas toda vez que a través de la responsabilidad social se logran obtener beneficios en las finanzas de la organización.

Teniendo como referencia la construcción de los dos conceptos en los que se enmarcan la presente investigación, los cuales son paz y responsabilidad social empresarial, que en la actualidad se encuentran en construcción en nuestro país. El primer concepto desde una política propia del actual gobierno y que incluye diferentes sectores nacionales y la segunda como una posibilidad de aportar a la puesta no sólo del gobierno sino a la que se hace a nivel global donde se apunta al cumplimiento de los objetivos sostenibles.

Pacto Global se considera un marco de acción que facilita la legitimación social de los negocios y los mercados. Aquellas organizaciones que se adhieren al Pacto Global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la generación de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, y que fomenta sociedades más prósperas (Pacto Global Colombia, s.f.).

### **2.3 Marco Legal**

Este documento de investigación está enmarcado en el ámbito social, más específicamente en el papel que desempeñan el gobierno y las organizaciones en el desarrollo sostenible de la comunidad. Basados en la perspectiva de indagar acerca de la situación actual de ésta temática en

nuestro país, de la conciencia de implementar con bases sólidas las actividades contempladas para tal fin, es necesario apoyarse en los principios fundamentales, haciendo énfasis en la normatividad legal, revelando de ser posible, las responsabilidades, derechos y deberes de todos los agentes que intervienen en el proceso.

Colombia involucra en su ordenamiento jurídico una gran variedad de normas de carácter internacional que permiten a los empresarios contar con un marco de referencia para cubrir las necesidades que cada día crecen exponencialmente generando movilidad institucional con esta temática.

Luego de un minucioso recorrido por los diversos medios de información, se lograron detectar dos estructuras, la Guía Técnica de Responsabilidad Social (GTC180) y la norma ISO 26000:2010, las cuales, permiten contextualizar y aplicar de manera correcta los principios legales a tener en cuenta en el desarrollo de éste documento.

**2.3.1 Declaración Universal de los derechos humanos.** LA ASAMBLEA GENERAL proclama la presente DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS como ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones, inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como entre los de los territorios colocados bajo su jurisdicción (Naciones Unidas, s.f.).

Valor que a su vez termina siendo asumido de manera estructural por el gobierno de Colombia en la constitución política nacional de 1991, específicamente en el capítulo 1 DE LOS

DERECHOS FUNDAMENTALES, en el cual, el artículo 22, se concibe la Paz como un derecho y un deber fundamental de obligatorio cumplimiento.

**Los 10 Principios del Pacto Mundial de Las Naciones Unidas.** Fue lanzado en el mes de Julio del año 2000, es una vertiente política y un marco práctico para las empresas comprometidas con la sostenibilidad y las prácticas empresariales responsables. Esta iniciativa pretende armonizar en todo el mundo las operaciones y estrategias comerciales con diez principios universalmente aceptados en los ámbitos de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. <sup>1</sup>

Derechos Humanos:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

2. Las empresas deben asegurar que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

Derechos laborales:

3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación

Medio ambiente:

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción:

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

**2.3.2 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU).** El 25 de septiembre del año 2015, en sesión oficial de las Naciones Unidas, se reunieron 193 líderes mundiales, los cuales se comprometieron con 17 objetivos globales para alcanzar 3 metas importantes en los próximos 15 años: "Erradicar la pobreza extrema. Combatir la desigualdad y la injusticia. Solucionar el cambio climático. Los objetivos mundiales podrían lograr estas cosas. En todos los países. Para todas las personas"<sup>2</sup>. Dichos protagonistas en el éxito de lo propuesto son los siguientes:

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.

Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.

Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Si bien, no todos los objetivos se involucran directamente en la construcción de paz, ya que a manera global, aún se entiende el concepto de paz únicamente como la ausencia de violencia, la

tendencia actual, revela nuevos conceptos y formas de practicarla, allí es donde surge la idea principal de ésta investigación, que por medio de acuerdos, pactos, principios y objetivos, busca promover el uso de la responsabilidad social como factor determinante de inclusión y promoción global de cultura de paz.

**2.3.3 Guía Técnica de Responsabilidad Social (GTC 180).** El 25 de junio de 2008, El instituto colombiano de normas técnicas (ICONTEC) apoyado en su consejo directivo, ratificó la guía técnica de Responsabilidad Social (GTC 180) la cual proporciona lineamientos para un enfoque de gestión socialmente responsable en las organizaciones, los mecanismos para lograr un entorno equilibrado y sostenible para el desarrollo y el bienestar de las personas, teniendo en cuenta que el concepto de responsabilidad social cada día va en aumento por el surgimiento de nuevos conceptos, situaciones y tendencias actuales que son partícipes en la competitividad y productividad del país, abarcando un factor tan delicado y complejo como lo es el factor humano, busca mejorar la calidad de vida de las personas, posicionar las organizaciones que practiquen acciones benéficas en temas sociales, preservar en todo momento los derechos humanos, sin olvidar el cuidado del medio ambiente (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2008).

Es aplicable a cualquier tipo de organización, se centra en promover a las partes interesadas el principio de gestión socialmente responsable basándose en la mejora continua. La aplicación de ésta guía es de carácter netamente voluntario.

**2.3.4 Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad Social (Organización Internacional de Normalización).** Publicada en el mes de Noviembre del Año 2010, es una guía dedicada a la implementación de la responsabilidad social, su aplicación es de carácter voluntario por parte de

las organizaciones que quieran contribuir al desarrollo sostenible de sus grupos de interés internos y externos (Organización Internacional de Normalización, 2010).

Brinda los parámetros de operación que se debe tener en cuenta al momento de ejecutar programas de RSE, a su vez, analiza y determina la situación actual de la organización respecto al tema, si se pueden realizar acciones de mejora o correctivas, todo siempre enfocado en la mejora continua, buscando satisfacer las necesidades de los *stakeholders*.

### **3. Marco Metodológico**

En el presente apartado se detallan los pasos a seguir en materia de implementación o desarrollo de la investigación, apoyado en la metodología cualitativa, con la que se pretende dar respuesta a la pregunta problema antes planteada, de igual forma se presentarán los datos, describiendo cómo se llevará a cabo su procesamiento para la interpretación de resultados y su posterior análisis concluyente. Se emplea la encuesta como instrumento de investigación y se recurre a la Observación no participativa, con el fin de obtener un óptimo aprovechamiento de la información.

#### **3.1 Tipo de Investigación**

La investigación Cualitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. De igual forma ella implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor (Camacho, 2008).

Según el autor, Daniel S. Behar Rivero (2008): Busca narrar, reseñar o identificar hechos, situaciones, rasgos o características de un objeto de estudio. Permite detallar el fenómeno estudiado a través de la medición de uno o más de sus atributos.

Este tipo de investigación recurre a técnicas de recolección de información, como la observación, las entrevistas y cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para recoger la información, la cual es agrupada para continuar con un proceso de tabulación y análisis estadístico. Teniendo en cuenta dos tipos de elementos: Muestra e instrumento.

Tomando como referencia los anteriores aportes, se accede a describir la situación actual de la responsabilidad social frente a la construcción de paz, por parte de las empresas analizadas, en

éste caso, las organizaciones de tamaño grande, registradas en la cámara de comercio de la ciudad de Cúcuta, la cual, abarca también el área metropolitana.

El diseño de la Investigación, se basa en el modelo de Observación no participativa, la cual permite instaurar una estrategia para abordar el problema planteado, toda vez que se observa las empresas en su dinámica natural sin construir ninguna situación provocada intencionalmente.

### **3.2 Población**

Se entiende por población, a la totalidad de personas u objetos, de los cuales se desea conocer algo específico de la investigación. La población de estudio son grandes empresas, públicas, privadas y mixtas activas legalmente constituidas e inscritas en la cámara de comercio de Cúcuta ubicadas en la ciudad y su área metropolitana.

Según la clasificación de las empresas en la normativa colombiana, la Gran Empresa hace referencia a los negocios que tienen desde 101 trabajadores y tienen ventas superiores a los 250 millones de pesos, además se compone de la economía de escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de bienes. Por ende, cabe aclarar, que la información obtenida para la clasificación del objeto de estudio es por carácter de activos, es la forma de discriminación de que tiene la entidad en su aplicativo web (Compite360).

### **3.3 Muestra**

Se entiende por Muestra, al subconjunto, parte del universo o población, que servirá como referencia para realizar el estudio deseado. Para determinar el número de empresas a encuestar, se aplicó el criterio de Balestrini (1998) Fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{4 * N * P * Q}{E^2 (N-1) + 4 * P * Q}$$

Dónde: N = Total de la Población (45 organizaciones de tamaño grande)

P y Q = Varianza

P = 50 (Probabilidad a Favor) (Se tomó un Valor Porcentual de 50)

Q = 50 (Probabilidad en Contra) (Se tomó un Valor Porcentual de 50)

= Constante

n = Muestra a Obtener (Empresas a Encuestar)

E 2 = Error (el cual puede ser un valor entre 1 y 10) Se tomó un margen de error del 5%

Reemplazando la fórmula con los datos obtenidos, previa investigación, se procede al desarrollo de los interrogantes:

La Cámara de comercio de Cúcuta, al cierre del año fiscal 2017, arrojó en su aplicativo web (Compite360), un total de 45 empresas clasificadas en el rubro de tamaño “grande”.

Universo: 45 Empresas.

Heterogeneidad: 50% (P y Q).

Nivel de Confianza: 95%.

Margen de Error: 5%.

Aplicando la fórmula, se obtiene una muestra (n) de: 41 Empresas a encuestar.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Continuando con el criterio Balestrini (1998) se aplicará el instrumento de recolección a la persona encargada de liderar el desarrollo del programa de responsabilidad social de la empresa. Dicha encuesta responde a los criterios de evaluación asignados, cuya respuesta serán registradas de forma escrita. Además, se realizará análisis de contenido a las publicaciones que hagan referencia a la responsabilidad social de las mismas.

La encuesta, se diseñó con el fin de diagnosticar las dinámicas empresariales que se están utilizando para la generación de aportes a la construcción de la paz, donde se plasmaron

preguntas cerradas, algunas con sólo dos opciones de respuesta y en otras se brinda la oportunidad de elegir varias opciones para dar respuesta al cuestionamiento, en la totalidad de los casos, se respeta el criterio y el derecho a la libre expresión, manteniendo la prudencia y el mejor trato con la información obtenida, con fines únicos y exclusivamente académicos.

### **3.5 Técnica de Procesamiento y Análisis de Datos**

Para el análisis y presentación de los datos, se utilizarán métodos estadísticos de representación gráfica, tales como histogramas y diagramas, con la ayuda de herramientas informáticas.

La información es evaluada mediante la herramienta virtual de formulario Google, el cual permite representar de una manera más práctica y oportuna el acumulado de respuestas por pregunta, representada por los diferentes diagramas de distribución estadística.

## 4. Resultados

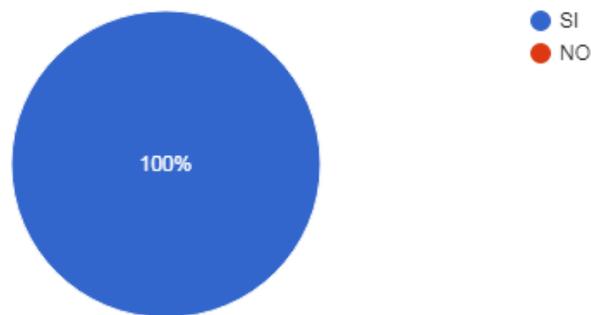
### 4.1 Análisis de la Información

Antes de iniciar, es necesario aclarar que aplicando el instrumento de investigación sólo el 85% de la muestra brindó de manera oportuna la información, permitiendo así diligenciar la encuesta sin ningún impedimento, el 15% restante no fue posible realizar el procedimiento debido a las políticas internas de la organización, información confidencial u otro particular.

#### 4.1.1 Tabulación de la encuesta. Pregunta No. 1:

Conoce Ud. El concepto de Responsabilidad Social ?

35 respuestas



**Figura 1. ¿Conoce usted el conceptote responsabilidad social?**

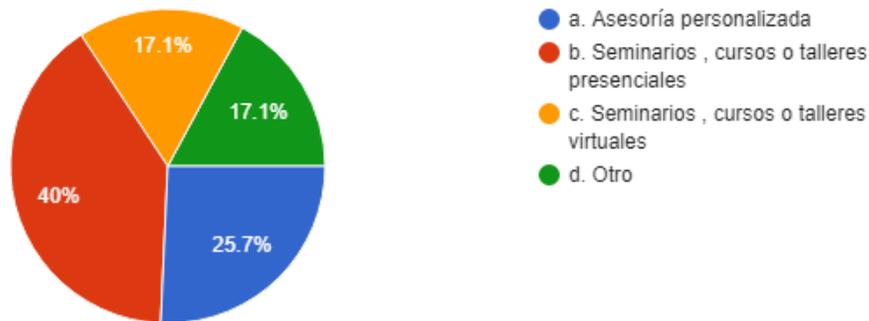
Fuente: Propia.

En la figura 1, se evidencia que el 100% de la muestra conoce el concepto de Responsabilidad Social.

Pregunta No. 2:

Cuál de los siguientes canales le gustaría recibir mayor información acerca del tema?

35 responses



**Figura 2. ¿Cuál de los siguientes canales le gustaría recibir mayor información acerca del tema?**

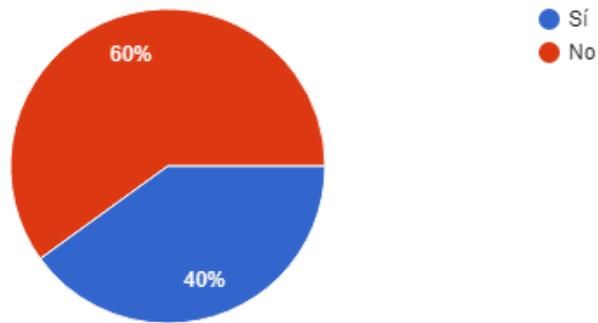
Fuente Propia.

En la figura 2, se aprecia que, un 17.1% considera recibir dicha información bien sea mediante seminarios, cursos o talleres de carácter virtual, otro 17.1% considera mejor otro mecanismo, el 25% se siente más cómodo interactuando con la asesoría personalizada, y el 40% se siente más a gusto desarrollando seminarios, cursos o talleres de carácter presencial.

Pregunta No: 3

Existe en su empresa el programa de Responsabilidad Social debidamente documentado y actualizado ?

35 responses

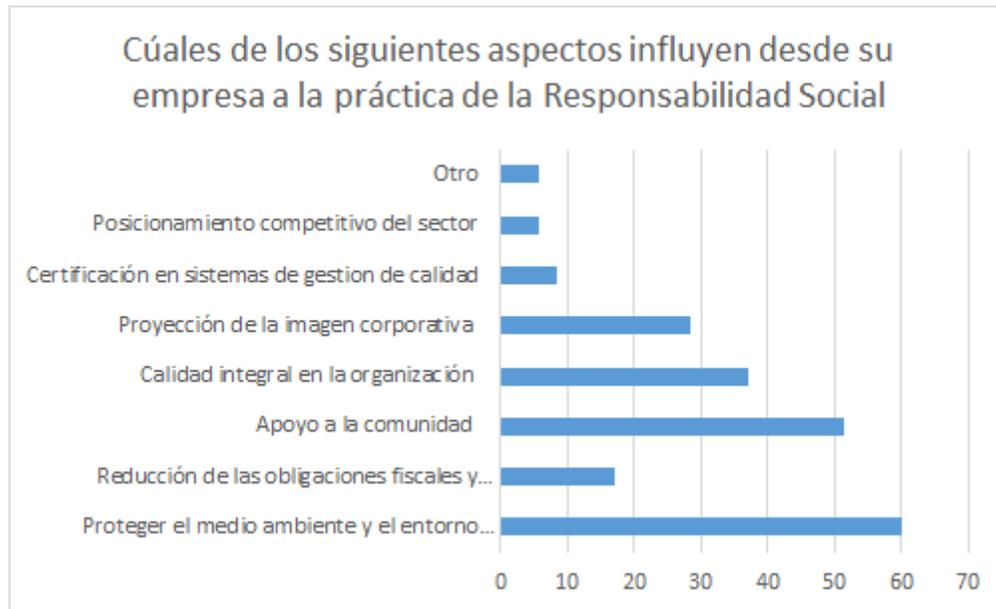


**Figura 3. ¿Existe en su empresa el programa de responsabilidad social debidamente documentado y actualizado?**

Fuente Propia.

La figura 3, muestra que el 60% de la muestra, No posee un programa de Responsabilidad Social debidamente documentado y actualizado, por su parte, el 40% si cuenta con uno, cumpliendo los requisitos del mismo.

Pregunta No. 4:



**Figura 4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos influyen desde su empresa a la práctica de la responsabilidad social?**

Fuente: Propia.

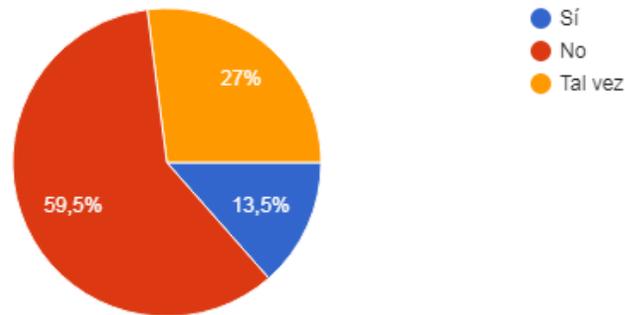
En la figura 4, se observa la siguiente valoración porcentual según los aspectos que influyen desde las organizaciones a la práctica de la Responsabilidad Social, detallados a continuación:

- Proteger el medio ambiente y el entorno donde se desarrolla la empresa (60%).
- Reducción de las obligaciones fiscales y tributarias (17.1%).
- Apoyo a la comunidad (51.4%).
- Calidad Integral en la Organización (37.1%).
- Proyección de la imagen corporativa (28.6%).
- Certificación en sistemas de gestión de calidad (8.6%).
- Posicionamiento competitivo del sector (5.7%).
- Otro (5.7%).

Pregunta No 5:

Su relación con grupos de interés externos (proveedores, contratistas) se ve influenciado por la manera en que practican la Responsabilidad Social?

37 respuestas



**Figura 5. ¿Su relación con grupos de interés externos (proveedores, contratistas) se ve influenciado por la manera en que practican la responsabilidad social?**

Fuente: Propia.

En la figura 5, se aprecia que, 13.5% Sí se ve influenciado por los agentes externos socialmente responsables, el 27 % considera que tal vez y el 59,5% no la contempla como una razón de peso para sus relaciones con externos.

Pregunta No. 6:



**Figura 6. ¿En cual de los siguientes ámbitos o grupos de personas se enfoca principalmente la responsabilidad social en su empresa?**

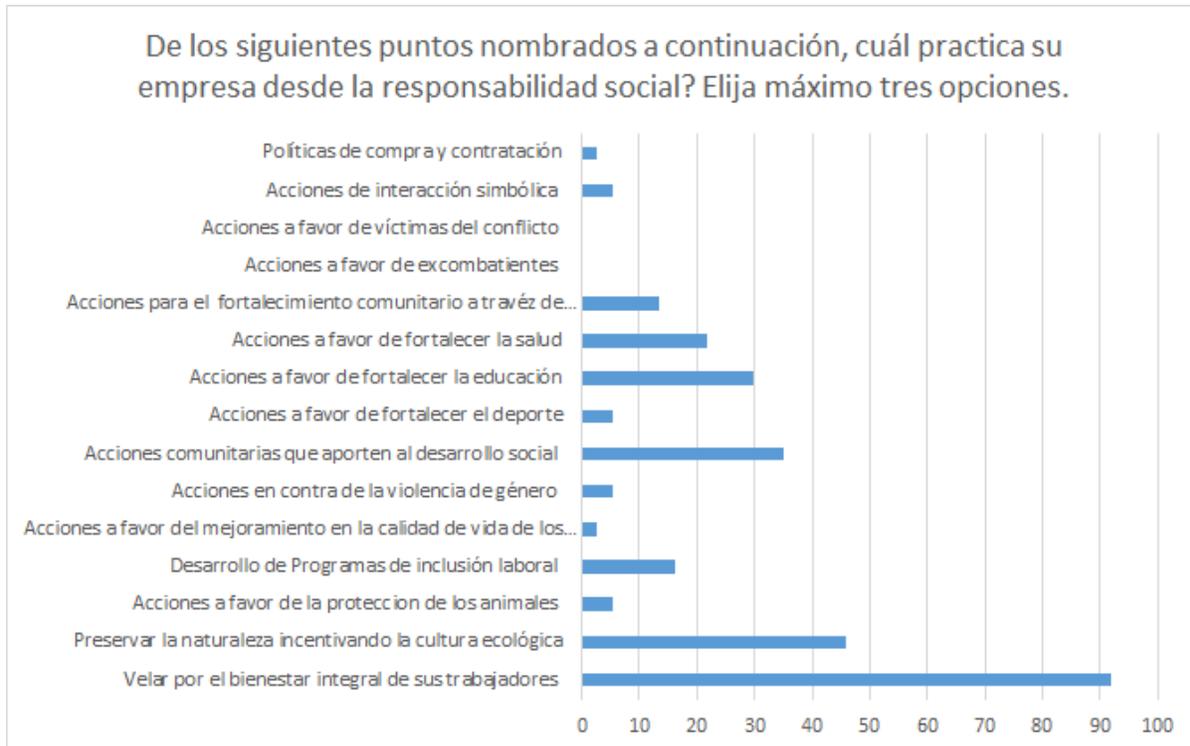
Fuente: Propia.

En la figura 6, se observan los siguientes valores porcentuales relacionados con los diferentes ámbitos o grupos de personas en los que se enfoca la Responsabilidad Social de las Organizaciones encuestadas:

- Comunidades Vulnerables (víctimas del conflicto armado): 2.9%.
- Comunidades en Pobreza extrema (Contribuir acceso básico a los servicio públicos) : 23.5%.
- Ex-Combatientes: 0%.
- Niños, niñas y jóvenes en situación de vulnerabilidad (Descolarizados, trabajo infantil, primer empleo, acceso a la educación y a la vida laboral): 35.3%.
- Mujeres (cabeza de hogar, lactantes, gestantes, víctimas de la violencia de género): 8.8%.

- Construcción de políticas para el desarrollo sostenible del medio ambiente: 35.3%.
- Comunidad en situación de discapacidad física y/o cognitiva u otros: 5.9%.
- Clientes internos (empleados): 55.9%.
- Otro: 5.9%.

Pregunta No. 7:



**Figura 7. De los siguientes puntos nombrados a continuación, ¿Cuál practica su empresa desde la responsabilidad social?**

Fuente: Propia.

En la figura 7, se analizan las tres (3) opciones más representativas, se mencionan de mayor a menor, a continuación:

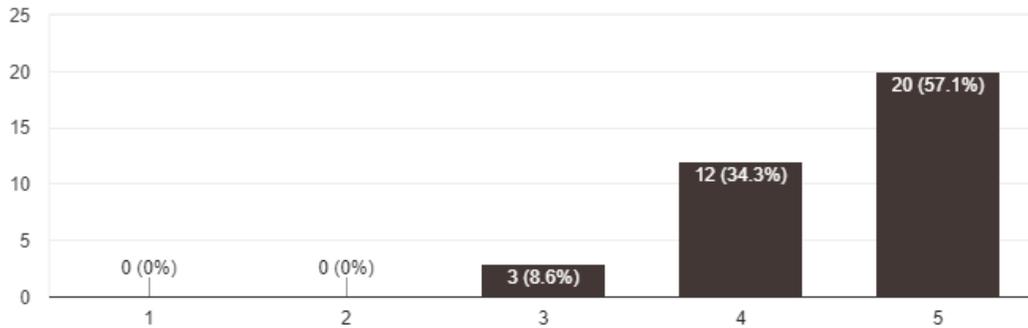
1. Velar por el Bienestar Integral de los Trabajadores (91.9%)
2. Preservar la naturaleza incentivando la cultura ecológica (45.9%)
3. Acciones comunitarias que aporten al desarrollo social (35.1%)

Pregunta No. 8:

Basados en los 5 tópicos de la Responsabilidad social, evalúe de 1 a 5 la importancia que tiene para su empresa?

**Ética**

35 responses

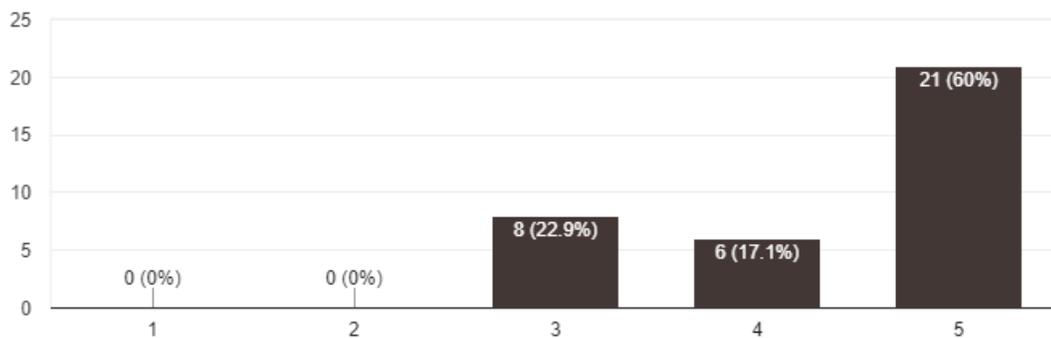


**Figura 8. Ética**

Fuente: Propia.

**Medio Ambiente**

35 responses

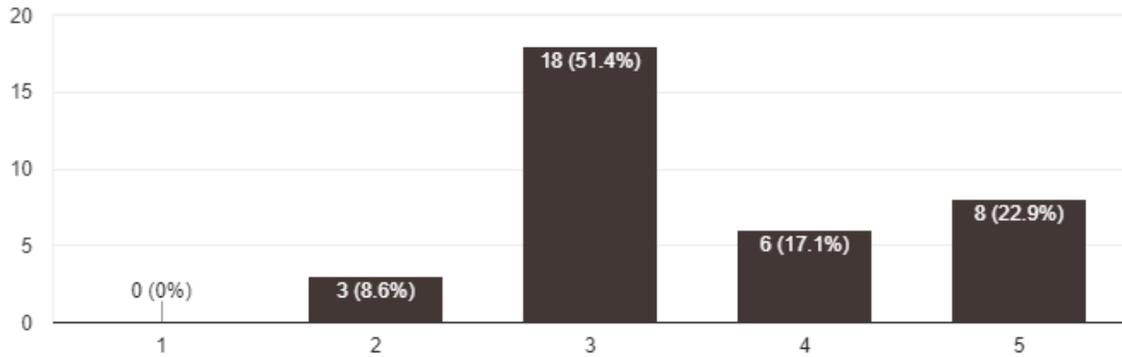


**Figura 9. Medio ambiente**

Fuente: Propia.

### Marketing Responsable

35 responses

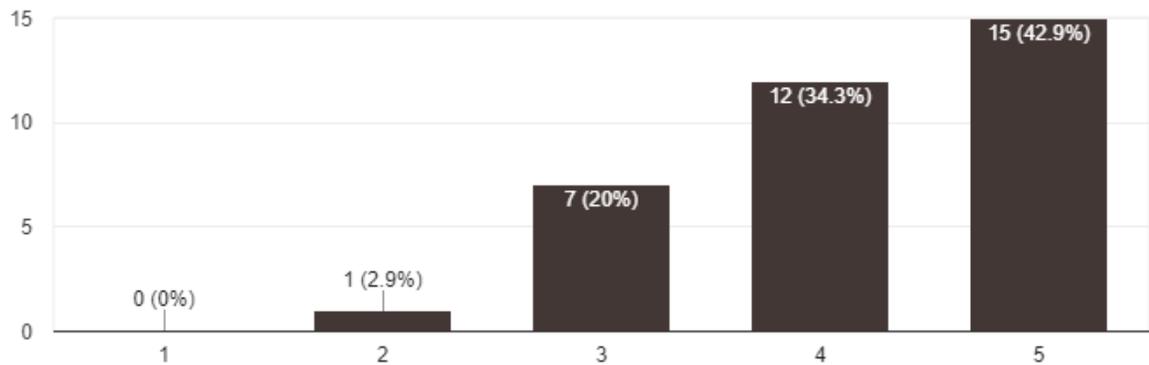


**Figura 10. Marketing responsable**

Fuente: Propia.

### Compromiso con la comunidad

35 responses

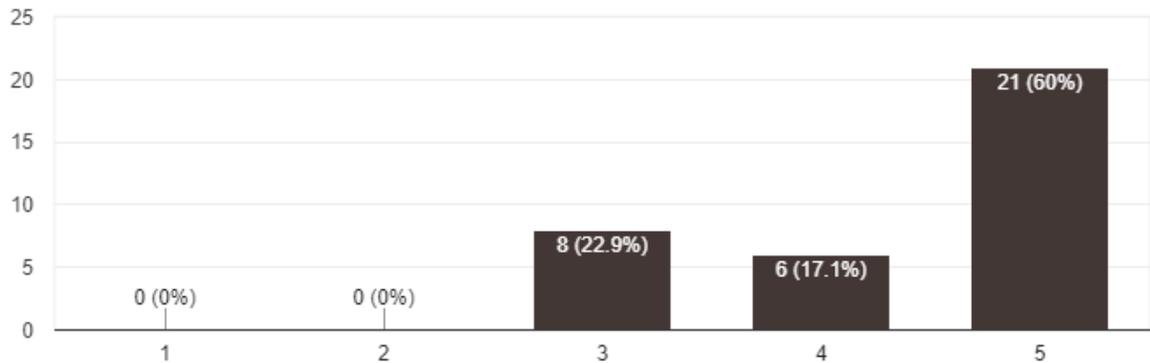


**Figura 11. Compromiso con la comunidad**

Fuente: Propia.

## Calidad de la vida laboral

35 respuestas



**Figura 12. Calidad de la vida laboral**

Fuente: Propia.

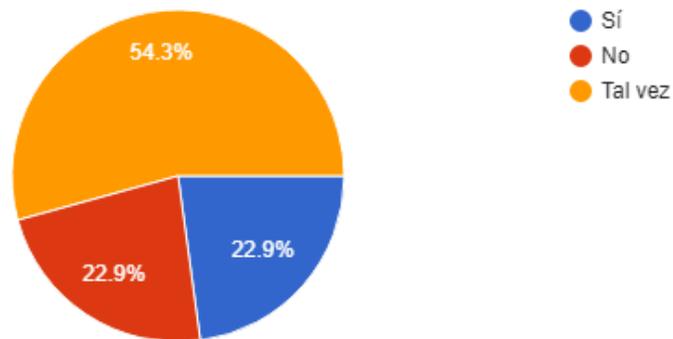
En las figuras 8, 9, 10, 11 y 12, se analizan los resultados obtenidos en ésta pregunta que abarcaba una calificación de 1 a 5, donde 1. (Sin importancia) 2. (Poco importante) 3. (Considerable) 4. (Importante) 5. (Muy importante). Se tomaron los valores más representativos por calificación de cada uno de los 5 Tópicos de la Responsabilidad Social, expresando dichos porcentajes de la siguiente manera:

- Ética: (57.1%) con puntaje de 5, considerándolo muy importante.
- Medio ambiente: (60%) con puntaje de 5, considerándolo muy importante.
- Marketing responsable: (51.4%) con puntaje de 3, comprendido como considerable.
- Compromiso con la comunidad: (42.9%) con puntaje de 5, considerándolo muy importante.
- Calidad de vida laboral: (60%) con puntaje de 5, considerándolo muy importante.

Pregunta No. 9:

Cree ud. Que su responsabilidad social aporta a la construcción de paz ?

35 respuestas



**Figura 13. ¿Cree usted que su responsabilidad social aporta a la construcción de paz?**

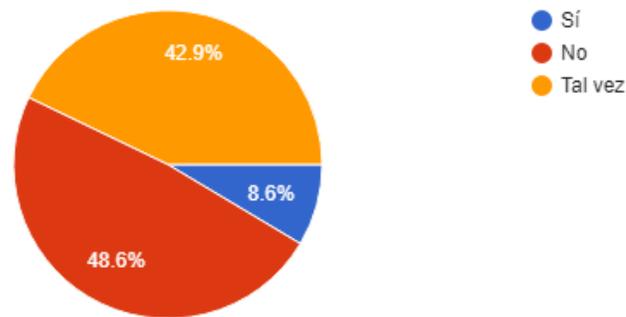
Fuente: Propia.

En la figura 13, se observa valores porcentuales iguales para las opciones de “sí” y “no”, ambas con un 22.9% y un 54.3% considera que tal vez su responsabilidad social aporta a la construcción de paz.

Pregunta No. 10:

¿Promueve alianzas con otros actores privados, públicos y/o sociales para construir paz y reconciliación?

35 respuestas



**Figura 14. ¿Promueve alianzas con otros actores privados, públicos, y/o sociales para construcción paz y reconciliación?**

Fuente: Propia.

En la figura 14, se evidencia que, un 8.6% promueve alianzas para construir paz y reconciliación, un 42.9% piensa que tal vez, y un 48,6% no fomenta ningún tipo de alianzas.

#### **4.2 Aportes de la Responsabilidad Social Empresarial Determinados Mediante Resultados de la Encuesta**

Se evidencia que el 100% de la población finalmente encuestada acoge en su conocimiento el concepto de Responsabilidad Social, teniendo en cuenta que éste instrumento fue aplicado a un directivo de la organización (alta gerencia), se logra determinar que tiene un nivel básico o comprende algunos temas de interés.

Se determina, que a pesar de conocer en su totalidad el concepto de Responsabilidad Social, sólo un 40% de la muestra implementa el programa como tal , con su documentación vigente y sus procesos actualizados, donde tiene destinado un departamento o área, encargada de tal fin; El

60% no realiza en su organización ningún tipo de registro, documento u otro, que permita darle consecución y evidenciar en caso de una auditoría, las buenas prácticas de la responsabilidad social tanto a nivel interno como externo.

Se evidencia que el aspecto más representativo, según los resultados, fué “Proteger el medio ambiente y el entorno donde se desarrolla la empresa” con una valor del 60%; Donde se logra evidenciar que este porcentaje de organizaciones basados en el total de la muestra, se ven influenciadas a velar por el bienestar del medio ambiente y de los demás agentes que intervienen en el ejercicio de su actividad, tanto directa como indirectamente, debido a que realizan sus operaciones enmarcadas con el uso de los recursos naturales y dependen de una buena aceptación de la comunidad donde se desempeñan, así mismo, deben cumplir con ciertos requisitos legales propios del caso.

Se analiza que el total de la población encuestada comprende 4 de los 5 Tòpicos de la Responsabilidad Social, como los más importantes a practicar en su Organización, protagonistas de vital importancia tanto a nivel interno como externo, permitiendo conservar las buenas prácticas de la responsabilidad social con bases sólidas y de respaldo.

En el sentido de ésta investigación, analizando a profundidad los resultados obtenidos, se determina que sólo el 8.6%, promueve algún tipo de alianza con uno o más actores para fomentar la construcción de paz y reconciliación, se puede activar un signo de alerta debido al nivel tan bajo obtenido en el ítem, debido a que sólo éste pequeño porcentaje está completamente seguro de la respuesta, basado en sus relaciones externas. Por otra parte, un 42.9% mantiene esa incertidumbre acerca de, si en algún momento, directa o indirectamente han promovido o entablado este tipo de alianzas. Finalizando con el 48.6% donde se determina que, en ningún momento han realizado actividades de promoción o se han dado a la tarea de iniciar relaciones

provechosas con diversos actores en la búsqueda de una paz estable, duradera y de reconciliación.

### 4.3 Matriz de Impacto Basada en los Componentes de la Cultura de Paz

Se diseñó una matriz para determinar el impacto de las acciones realizadas a favor de la construcción de paz mediante la Responsabilidad Social, la cual, integra en su estructura dos componentes, el focalizado y el social, el primero se representa por los 3 tipos de paz referenciados en la presente investigación (Paz Negativa, Paz Positiva, Paz Neutra), las cuales tienen unos criterios establecidos previamente y que fueron evaluados mediante la aplicación de la encuesta, el segundo componente se basa en los cinco tópicos de las Responsabilidad Social (Ética, Medio Ambiente, Marketing Responsable, Compromiso con la comunidad y Calidad de Vida Laboral ). Dichos componentes fueron valorados según el Carácter, Área de Influencia, Magnitud, Importancia, Efecto y Plazo de Manifestación).

**Tabla 1. Matriz de Impacto**

	Cultura de Paz	Criterio de Evaluación	Carácter		Área de Influencia			Magnitud			Importancia			Efecto		Plazo de Manifestación			
		Impactos	(+)	(-)	Directo	Indirecto	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Tempora	Permanente	Corto	Medio	Largo		
Componente Focalizado	Paz Negativa	Velar por el bienestar integral de los trabajadores	x		x							x				x			
	Paz Positiva	Acciones comunitarias que aporten al desarrollo social	x			x	x					x					x		
	Paz Neutra	Preservar la Naturaleza incentivando la cultura ecológica	x			x		x				x				x		x	
Componente Social	Tópicos de la Responsabilidad Social	Ética	x		x							x				x		x	
		Medio Ambiente	x		x							x				x		x	
		Marketing Responsable	x			x						x					x		
		Compromiso con la Comunidad	x		x							x					x		
		Calidad de Vida Laboral	x		x							x					x		x

Fuente: Propia.

Se determinó, según los resultados de la matriz, basado en un análisis cualitativo, donde se evaluaron dos componentes fundamentales en la presente investigación como lo son : el componente focalizado (Cultura de Paz) y el componente social (Tópicos de la Responsabilidad

Social), dos vertientes claves , donde se identificó según los impactos, el valor y la trascendencia que tienen para cada una de las organizaciones encuestadas.

Se logró clasificar los tipos de impacto generado y tipo de Paz al que pertenecen, siendo éste tema desconocido para la mayoría de las empresas, donde no percibían que algunas de sus acciones están aportando directa o indirectamente a la construcción de Paz y Reconciliación, por consiguiente, analizando este componente, se evidencia que en la actualidad, cada vez es más fuerte la nueva tendencia cultural de paz mediante unas prácticas socialmente responsables.

Finalizando con el segundo componente, donde se analizó el ámbito social, más específicamente, basado en los cinco tópicos de la Responsabilidad Social, la ética y el medio ambiente juegan un papel protagónico en las acciones realizadas por las empresas, mantienen un comportamiento constante, de importancia alta y efecto permanente, sin desconocer que los tres tópicos restantes también hacen presencia aunque en menor proporción, todo esto conlleva a concluir que se debe lograr una mayor participación de los dos componentes en las organizaciones, que funcionen de manera mancomunada para preservar los principios del pacto mundial (ONU).

## 5. Limitaciones

Poca accesibilidad a la información interna de algunas organizaciones, bien sea por políticas propias o por baja aceptación al momento de indagar sobre el tema con el encargado de responder este tipo de solicitudes.

Poca disponibilidad por parte de algunas de las organizaciones de la muestra, evidenciando desinterés y acusando falta de tiempo.

En el desarrollo de la investigación se obtuvo que de las 41 empresas a encuestar, 35 de ellas se logró aplicar el instrumento sin ningún tipo de inconveniente, en las restantes se dejó el documento en físico y se envió como alternativa por vía electrónica, en los cuales al cierre de las fechas estipuladas no se obtuvo respuesta alguna, se supone que es motivado por la políticas de privacidad de dichas organizaciones.

## 6. Conclusiones

La Construcción de Paz mediante la Responsabilidad Social es un tema de interés que viene en creciente auge gracias a los logros obtenidos por Colombia, como lo son , el premio Nobel de Paz otorgado al actual presidente de la república y a la firma del acuerdo de paz con el grupo armado más significativo del país (FARC), procediendo a contextualizar el sentido del presente, se tomó como referencia a las grandes empresas de la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana a fin de evaluar varios aspectos tales como: la conciencia de ser socialmente responsable tanto interna como externamente, si sus acciones o aportes están direccionados o tiene un margen de protagonismo en formar y consolidar la cultura de Paz.

Se determinó que la situación actual del objeto de estudio está sumergido aún en varios interrogantes, a pesar de que en su totalidad conocen el concepto de Responsabilidad Social, más de la mitad (60%), no cuenta con un programa como tal, constituido, alimentado constantemente con las actividades que éste demanda, o posiblemente no cuentan con un departamento o un área definida al interior de la organización que se encargue de preservar y promover todo lo concerniente al tema, se detectó según los resultados, que no se le está dando el valor y la importancia que se requiere, en materia de certificación , de una auditoría, es necesario presentar y tener a la mano toda la documentación requerida, si realizan algún tipo de acción en beneficio de sus grupos de interés se están quedando en el aire, o por escasos períodos de tiempo, no es constante como debería ser.

Cabe destacar que los cinco tópicos de la Responsabilidad Social estuvieron presentes dando soporte a la investigación , donde se observa el valor que tiene cada uno dentro y fuera de la empresa, prevaleciendo en el punto más alto el medio ambiente y la calidad de vida laboral, dos pilares fundamentales que simbolizan cuando una entidad es socialmente responsable y está

cumpliendo con los requisitos mínimos de integridad, sin olvidar la ética que estuvo muy cerca también de los primeros puestos, demostrando que los principios y valores propios de la organización van de la mano con las buenas prácticas de sus procesos misionales.

Por último, en el punto de mayor atención y donde se requiere evaluar detenidamente, el cual se refiere a los aportes a favor de la Construcción de Paz mediante las acciones socialmente responsables, se logró analizar que más de la mitad de las organizaciones se encuentra con ciertas inquietudes acerca de éste direccionamiento, no tienen la suficiente claridad o el criterio para definir con bases sólidas si su programa está generando cultura de Paz y reconciliación , a su vez, le restan importancia o no se sienten motivados a establecer alianzas con diversos actores externos (privados, públicos o sociales) en búsqueda del fortalecimiento y la conservación de una paz estable y duradera.

Por consecuente, se nota cierto grado de apatía y resistencia al cambio , cuando se refiere al concepto de paz, no sólo enmarca la ausencia de guerra, abarca nuevos conceptos, mecanismos, prácticas y valores propios, es inevitable el nacimiento de una nueva cultura, un punto de vista más globalizado de promover tal fin, avalado por los entes universales, quienes en la actualidad brindan acompañamiento en cada proceso que se requiera para constituir un ambiente sano , libre de toda presunción de violencia. Es necesario mayor dinamismo, compromiso y participación por parte de las organizaciones frente a las diversas actividades que se pueden realizar para direccionar la responsabilidad social en la nueva vertiente llamada construcción de Paz.

### Referencias Bibliográficas

- Andesco. (2018). Recuperado de: [http://www.andesco.org.co/index.php?option=com\\_blankcomponent&view=default&Itemid=309](http://www.andesco.org.co/index.php?option=com_blankcomponent&view=default&Itemid=309)
- Archila Meléndez, D. (2009). *La responsabilidad social empresarial, desde el punto de vista de la contaduría pública en la ciudad de Cúcuta*. Tesis de grado, San José de Cúcuta, Universidad Libre.
- Arteaga González, S. (2017). Sistema de formación continua para el desarrollo de la educación para la paz. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 101-109.
- Bedmar, M. (2013). Valoración de las representaciones sociales sobre el concepto de paz en futuros educadores. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 1(62), 221-246.
- Camacho, C. (2008). *Métodos y técnicas de la investigación cuantitativa*. Recuperado de: [http://www.geocities.ws/carcam2000/Investigacion\\_cuantitativa.pdf](http://www.geocities.ws/carcam2000/Investigacion_cuantitativa.pdf)
- Clark, J. (1933). *Social control of business*. Chicago: University of Chicago Press.
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130.
- Empresa de Desarrollo Humano. (s.f.). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado de: <https://www.edu.gov.co/site/edu-institucional/responsabilidad-social-corporativa-edu>
- Fundacion Ideas para la Paz. (s.f.). *Guía práctica. ¿Cómo construir paz desde las empresas?* Recuperado de: <http://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/590fb882ac88a.pdf>
- Galtung, J. (1985). *Sobre la paz*. Barcelona: Fontamara.

- Hernández Arteaga, I. (2017). Cultura de paz: una construcción desde la educación. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 19(28), 149-172.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2008). *GTC 180. responsabilidad social*. Recuperado de: [www.valledelcauca.gov.co/planeacion/descargar.php?id=8871](http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/descargar.php?id=8871)
- Jiménez, F. y López, M. (2007). *Hablemos de paz*. Pamplona: Instituto de Investigaciones en Paz, Conflicto y Democracia y Universidad de Pamplona.
- Jiménez, G. (2014). Multinacionales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 27(48), 67-96.
- Lozano, J. (2009). *El rol de los gobiernos en la Responsabilidad Social*. Madrid: Instituto de Innovación Social (ESADE).
- Maldonado, J. (2016). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquineras de la ciudad de Cúcuta. *Revista Mundo FESC*, 1(12), 42-51.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2014). *Bases del plan nacional de desarrollo 2014-2018*. Recuperado de: <https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Plan%20de%20Acci%C3%B3n/PLAN%20NACIONAL%20DE%20DESARROLLO%202014%20-%202018%20TODOS%20POR%20UN%20NUEVO%20PAIS.pdf>
- Muñoz, F. (2001). *La paz imperfecta ante un universo en conflicto, instituto de la paz y los conflictos*. Granada: Universidad de Granada.
- Naciones Unidas. (s.f.). *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperado de: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- Organización Internacional de Normalización. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Recuperado de: [https://www.iso.org/iso/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Pacto Global Colombia. (s.f.). *¿Qué es el Pacto Global?* Recuperado de:  
<https://www.pactoglobal-colombia.org/pacto-global-colombia/que-es-pacto-global-colombia.html>

Reyes Murillo, J. (2013). *Prioridades y tendencia de las acciones responsables, de las empresas cucuteñas y su relación con la responsabilidad social global*. Tesis de grado, San José de Cúcuta, Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Rodríguez, R. (2014). Valoración de la RSC por el consumidor y medición de su efecto sobre las compras. *Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 39-52.

Unidad para las Víctimas. (2018). *Registro Único de Víctimas (RUV)*. Recuperado de:  
<https://www.unidadvictimas.gov.co/es/registro-unico-de-victimas-ruv/37394>

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. *Cuadernos paz a la carta No. 3*. Recuperado de:  
[http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field\\_attached\\_file/cuaderno3.pdf](http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/cuaderno3.pdf)

Vargas, G. (2014). *La responsabilidad social empresarial en la construcción de paz: una introducción*. Recuperado de: [https://cider.uniandes.edu.co/Documents/Profesores/Govargas/Vargas2014\\_ConstruccionPaz.pdf](https://cider.uniandes.edu.co/Documents/Profesores/Govargas/Vargas2014_ConstruccionPaz.pdf)

## Anexos

### Anexo 1. Instrumento de investigación

ENCUESTA DISEÑADA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS EN LA CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS (SEDE CUCUTA)  
INSTRUMENTO DE INVESTIGACION APROBADO COMO HERRAMIENTA PARA RECOLECCION DE INFORMACION DEL PROYECTO DE GRADO

**OBJETIVO:** ANALIZAR LA CONSTRUCCION DE PAZ MEDIANTE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS GRANDES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CUCUTA Y SU AREA METROPOLITANA

Fecha de Aplicación : \_\_\_\_\_

Razón Social de la Empresa : \_\_\_\_\_

Ubicación: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

1. Conoce Ud. El concepto de Responsabilidad Social ?

SI	<input type="text"/>	NO	<input type="text"/>
----	----------------------	----	----------------------

2. Con cuál de los siguientes canales, le gustaría recibir mayor información acerca del tema?

- a. Asesoría personalizada
- b. Seminarios, cursos o talleres presenciales
- c. Seminarios, cursos o talleres virtuales
- d. Otro

3. Existe en su empresa, el programa de Responsabilidad Social debidamente documentado y actualizado ?

SI	<input type="text"/>	NO	<input type="text"/>
----	----------------------	----	----------------------

4. Cuáles de los siguientes aspectos influyen desde su empresa a la práctica de la Responsabilidad Social ?

- a. Proteger el medio ambiente y el entorno donde se desarrolla la empresa
- b. Reducción de las obligaciones fiscales y tributarias
- c. Apoyo a la comunidad
- d. Calidad integral en la organización
- e. Participar en las problemáticas de la sociedad.
- f. Proyección de la imagen corporativa
- g. Certificación en sistemas de gestión de calidad
- h. Posicionamiento competitivo del sector
- i. Otro: \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. Su relación con grupos de interés externos (proveedores, contratistas) se ve influenciado por la manera en que practican la Responsabilidad Social?

- a. Si
- b. No
- c. Tal Vez

**6. En cual de los siguientes ámbitos o grupos de personas se enfoca principalmente la Responsabilidad Social en su empresa ?**

- a. Comunidades Vulnerables ( víctimas del conflicto armado )
- b. Comunidades en Pobreza extrema ( Contribuir acceso basico a los servicio publicos)
- c. Ex-Combatientes
- d. Niños, niñas y jovenes en situacion de vulnerabilidad ( Descolarizados, trabajo infantil, primer empleo, acceso a la educación y a la vida laboral )
- e. Mujeres ( cabeza de hogar, lactantes, gestantes, victimas de la violencia de género )
- f. Construcción de políticas para el desarrollo sostenible del medio ambiente.
- g. Comunidad en situación de discapacidad física y/o cognitiva u otros
- h. Clientes internos ( empleados )
- i. Otro: \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**7. De los siguientes puntos nombrados a continuación , cuál practica su empresa desde la Responsabilidad Social ?  
Maximo 5 opciones .**

- a. Velar por el bienestar integral de sus trabajadores
- b. Presevar la naturaleza incentivando la cultura ecológica
- c. Acciones a favor de la proteccion de los animales
- d. Desarrollo de Programas de inclusión laboral
- e. Acciones a favor del mejoramiento en la calidad de vida de los discapacitados
- f. Acciones en contra de la violencia de género
- g. Acciones comunitarias que aporten al desarrollo social
- h . Acciones a favor de fortalecer la educación
- i. Acciones a favor de fortalecer la salud
- j. Acciones para el fortalecimiento comunitario a través de valores de valores sociales
- k. Acciones que aporten a la consolidación de la paz del país
- l. Acciones a favor de excombatientes
- m. Acciones a favor de víctimas del conflicto
- n. Acciones de interacción simbólica

**8. Basados en los 5 tópicos de Responsabilidad Social, evalúe de 1 a 5 la importancia que tiene para su empresa.  
Donde: 1. ( Sin importancia) 2. ( Poco importante) 3. ( Considerable) 4. ( Importante) 5. ( Muy importante)**

- a. Etica
- b. Medio Ambiente
- c. Marketing Responsable
- d. Compromiso con la comunidad
- e. Calidad de la vida laboral

**9. Cree ud. Que su Responsabilidad Social aporta a la Construcción de Paz ?**

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**10. Promueve alianzas con otros actores privados, públicos y/o sociales para construir paz y reconciliación?**

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------