

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONOGRAFIA

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL, COMO
EXTRATEGIA COMPETITIVA, EN LA LOCALIDAD
DE LA CANDELARIA

PRESENTADO POR:

CRISTIAN ALEXANDER MORENO URREGO
(NOVENO SEMESTRE)

DIRECTOR DE PROYECTO DE GRADO:

JOSÉ BAYARDO MARTINEZ AVILA
(DOCENTE)

BOGOTA D.C.

2021-1

La responsabilidad social solo se incorpora
verdaderamente a la empresa, cuando haya una
sociedad y un mercado que le exija y que lo
valore.

José Ángel Moreno

Contenido

1.	Lista de figuras	5
2.	Lista de tablas.....	5
3.	Lista de anexos.....	5
4.	Resumen	6
5.	Introducción	7
6.	Problema de investigación	9
6.1	Planteamiento del problema	9
6.2	Formulación del problema	11
7.	Objetivos.....	11
7.1	Objetivos generales	11
7.2	Objetivos específicos	11
8.	Justificación	12
9.	Diseño metodológico	14
9.1	Tipo de investigación.....	14
9.2	Método de investigación.....	15
9.3	Fuentes de información	15
9.3.1	Fuentes primarias	16
9.3.2	Fuentes secundarias.....	16
9.4	Técnicas e instrumento de recolección	16
9.5	Diseño muestral	17
9.5.1	Población de estudio	18
9.5.2	Cronograma.....	19
10.	Marco teórico	21
10.1	La RSE.....	21
10.2	Alcance de la RSE	22
10.3	Beneficios de la RSE.....	23
11.	Marco conceptual.....	24
11.1	Sociedad.....	24
11.2	Medio ambiente.....	24
11.3	Sostenibilidad.....	25
12.	Revisión literaria.....	27

12.1	La (RSE) en Colombia	27
12.2	Diferencia entre sostenibilidad Y (RSE)	28
12.3	Las empresas tipo (B) y su gestión con la (RSE).....	30
12.4	La (RSE) en la localidad de la Candelaria.....	33
13.	Discusión de resultados	35
14.	Estrategias	45
15.	Conclusiones.....	47
16.	Bibliografía	49

1. Lista de figuras

Figura 1 RSE.....	22
Figura 2 Reutilización de residuos.....	25
Figura 3 Dimensiones del desarrollo sostenible	26
Figura 4 Las empresas B latinoamericanas	31
Figura 5 Resultados pregunta uno.....	35
Figura 6 Respuestas preguntas dos y tres.....	36
Figura 7 Respuesta pregunta cuatro	37
Figura 8 Respuesta preguntas cinco y seis	39
Figura 9 Respuesta pregunta siete.....	40
Figura 10 Respuesta preguntas ocho y nueve.....	41
Figura 11 Respuesta pregunta diez	43

2. Lista de tablas

Tabla 1 Campos de trabajo social.....	10
Tabla 2 Población de estudio	18
Tabla 3 Cronograma de actividades	19
Tabla 4 Beneficios de la responsabilidad social.....	23
Tabla 5 Objetivos del desarrollo sostenible	30
Tabla 6 Empresas colombianas tipo B.....	32

3. Lista de anexos

ANEXO 1 Ficha metodologica	51
ANEXO 2 Formato de encuesta.....	52
ANEXO 3 Respuestas de la encuesta	56

4. Resumen

La presente monografía tiene como finalidad identificar las posibles estrategias que se pueden aplicar para priorizar la implementación de programas de responsabilidad social y empresarial (RSE) de forma satisfactoria, en las empresas de la localidad de la candelaria. La cual es una de las localidades más pequeñas de Bogotá, con una extensión de 183.89 hectáreas según datos del Departamento de Planeación Distrital. Actualmente la localidad cuenta con un promedio de 3.294 empresas, equivalentes a un porcentaje del 1,4% de empresas de Bogotá. La localidad está conformada por los barrios Belén, Las Aguas, Santa Bárbara, La Concordia, Egipto, Centro Administrativo y Catedral.

Lo primero que se debe tener en cuenta, es que la responsabilidad social y empresarial busca un doble beneficio, tanto para las compañías como también para las comunidades. Actualmente en Colombia se ven empresas que lideran este trabajo de responsabilidad social, mediante programas aplicados directamente a la comunidad, por medio de sus fundaciones o aportes monetarios que pretenden apoyar un enfoque social o cultural como lo es la recreación y el deporte o mediante la adaptación de la RSE al interior de las organizaciones, por medio de los colaboradores, incentivando programas como mi primera vivienda, o plan carrera, que terminan aportando para el crecimiento del trabajador tanto en temas profesionales como personales.

Para tener un cumplimiento en los objetivos de esta monografía, se analizará en primera instancia el concepto de responsabilidad social y de sostenibilidad, mencionando de igual forma lo que las diferencia y la meta que se puede alcanzar a nivel organizacional si se trabajan esos dos factores. También se relacionarán temas de vital importancia, en los que encontramos la RSE en la localidad de la candelaria, Las empresas tipo B y su trabajo con la

comunidad, y ejemplos empresariales claves en el trabajo social. Todo esto ira acompañado de los resultados obtenidos en una encuesta aplicada a los empresarios de la localidad de la candelaria. La cual, se realizó con un método no probabilístico y de conveniencia donde se incluirán como la muestra, únicamente las personas que respondan dicho formulario.

En la socialización de los resultados, se visualizará el grado de importancia de la responsabilidad social en algunas empresas de la localidad de la candelaria, partiendo que en dicha localidad muy pocas empresas priorizan la ejecución de estos programas de RSE. De igual manera se evaluará, que factores internos y externos a la organización impiden la implementación de un programa de responsabilidad social en dichas empresas. Con base a esto se podrá llegar a una conclusión de él porque no se toma un programa de responsabilidad social y empresarial como una ventaja competitiva, y por consiguiente se vera la forma en la que se puede implementar dicho programa en las organizaciones de la localidad de una forma satisfactoria, para el beneficio de las empresas, como para el de la comunidad.

Por consiguiente, al finalizar el material investigativo, y con base al análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada, se dará un enfoque a las posibles estrategias, que podrían dar un fortalecimiento en cuanto a la responsabilidad social y empresarial. Partiendo de la idea que muchas organizaciones, no priorizan la implementación de dichos programas, ya sea por su desconocimiento en el tema, o simplemente porque no cuentan con el capital necesario para implementarlo en el mediano plazo.

5. Introducción

La presente investigación se realiza como opción de grado de la Universidad Santo Tomas en la facultad de administración de empresas, con el propósito de plasmar los conocimientos adquiridos durante los distintos semestres de estudio. En esta monografía se establecen

estrategias que permiten priorizar la implementación de programas de responsabilidad social y empresarial (RSE) de forma satisfactoria, en las empresas de la localidad de la candelaria, dando así cumplimiento al planteamiento del problema del presente trabajo.

Esta monografía tiene un enfoque hacia la localidad de la candelaria en el centro de la ciudad, hogar de diferentes empresas y zonas culturales, que incentivan el turismo y el crecimiento cultural y social de la ciudad de Bogotá. Por ende, se tratará de visualizar un panorama de lo que es la responsabilidad social y empresarial en dicha localidad. Se destacarán temáticas asociadas a la sostenibilidad y al trabajo que realizan las empresas tipo B relacionando factores políticos, económicos, sociales. plasmando información pertinente mediante ejemplos de empresas que plasman la responsabilidad social y empresarial como ventaja competitiva. Se verá también las normatividades aplicadas, diagnósticos que evalúen problemáticas enfocadas al sector de la candelaria que tienen afectación directa o indirecta.

En la actualidad, la localidad de la candelaria no prioriza los trabajos de responsabilidad social y empresarial como ventaja competitiva para las organizaciones, esto se debe a la perspectiva que tienen algunos empresarios de la localidad, en donde relacionan la responsabilidad social y empresarial con organizaciones de gran tamaño o con multinacionales. Este factor se ve inmerso en la carencia de la responsabilidad social en dicha localidad, por el porcentaje de empresas pequeñas y pymes, las cuales visualizan un programa de responsabilidad social como un gasto innecesario, teniendo en cuenta que dichas empresas no tienen un músculo financiero significativo. Es por esto, que su capacidad de inversión en actividades que no aportan a su modelo económico se ven reducidas, ya que no se le da la importancia necesaria, ni se dimensionan los múltiples beneficios que tendrían al implementar un programa de responsabilidad social y empresarial.

Este documento tiene como finalidad identificar las causas, de la poca participación de la responsabilidad social y empresarial en la localidad de la candelaria, identificando los problemas y falencias existentes, que impiden implementar dicho programa de responsabilidad social. De igual manera se identificarán estrategias que den un fortalecimiento a nivel organizacional, mediante la implementación de la responsabilidad social dentro de un contexto estratégico en temas organizacionales, y como un factor de crecimiento social y cultural para la localidad de la candelaria. Este fortalecimiento a nivel local, se puede dar mediante enfoques económicos, sociales y ambientales, que permitan generar avances tanto en su segmento cultural como en el turismo. Ya que esta localidad se caracterizado por verse inmersa en escenarios históricos tanto de la ciudad capitalina, como del país.

6. Problema de investigación

6.1 Planteamiento del problema

“La responsabilidad social y empresarial (RSE) surge como una forma de generar valor a las compañías” (Garrigues; De Juanes; Moran, s.f)¹ Mediante un compromiso social el cual busca un bienestar general sobre el particular, ante los impactos que se han tenido mediante el desarrollo de su actividad económica o los que se tendrán a un futuro con el crecimiento de dicha empresa, tanto de forma directa como indirecta dentro de un entorno o comunidad determinada. De esta forma se podría entender que el objetivo que tiene la responsabilidad social o que pretende alcanzar, es la adquisición de mayor sostenibilidad y rentabilidad sin descuidar la competitividad que se tiene frente al mercado. Una de las localidades más

¹ Garrigues; De Juanes; Moran, s.f). RESPONSABILIDAD SOCIAL, CLAVE PARA GENERAR VALOR EN LA EMPRESA. Obtenido de <https://lexpirit.com/responsabilidad-social-clave-para-generar-valor-en-la-empresa/#:~:text=Ser%20socialmente%20responsable%20nos%20lleva,gran%20repercusi%C3%B3n%20e%20i mpacto%20positivo.>

representativas de Bogotá por tener un enfoque tanto social como cultural, es la localidad de la candelaria la cual, alberga un grupo significativo de empresas formales e informales que robustecen la economía de la ciudad. Por tal motivo esta localidad se convierte en un escenario con gran potencial para la aplicación de programas de responsabilidad social y empresarial.

“Actualmente en la localidad de la candelaria se localiza un promedio de 3.294 empresas equivalentes al 1,4% de empresas Bogotanas. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (79%), la industrial (15%) y la explotación de minas y canteras (1,9%)” (Camara de Comercio, 2007)². Actualmente la candelaria tiene una baja participación en cuanto a responsabilidad social en comparación con otras localidades, y aunque un programa de responsabilidad social y empresarial se puede implementar en empresas de todos los tamaños y sectores, no todas las empresas lo aplican ya que, al ser un acto voluntario, no se le da la prioridad necesaria. Convirtiéndose así en la principal problemática que tiene la localidad de la candelaria en cuanto a responsabilidad social. Un factor crucial, que vale la pena resaltar, es que sin importar que la localidad de la candelaria tenga baja participación en temas de responsabilidad social, si tiene un gran campo de acción para la aplicación de este proyecto, planteando así un gran potencial a largo plazo en el desarrollo social.

Tabla 1 Campos de trabajo social

² Camara de Comercio. (julio de 2007). Perfil economico y empresarial. Obtenido de [https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2916/2233_perfil_economico_la_candelaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=En%20La%20Candelaria%2C%20se%20localizan%203.294%20empresas%20de%20Bogot%C3%A1%2C%20equivalentes,canteras%20\(1%2C9%25\)](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2916/2233_perfil_economico_la_candelaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=En%20La%20Candelaria%2C%20se%20localizan%203.294%20empresas%20de%20Bogot%C3%A1%2C%20equivalentes,canteras%20(1%2C9%25))

	Trabajo social, con los habitantes de la calle	
Trabajo social, por medio del patrimonio cultural y el turismo		Trabajo social con estratos uno y dos

(Fuente propia)

6.2 Formulación del problema

¿Qué estrategias se pueden aplicar para priorizar la implementación de programas de responsabilidad social y empresarial (RSE) de forma satisfactoria, en las empresas de la localidad de la candelaria?

7. Objetivos

7.1 Objetivos generales

Plantear posibles estrategias acordes al año 2021, que permitan un fortalecimiento en cuanto a la responsabilidad social y empresarial de la localidad de la candelaria.

7.2 Objetivos específicos

- Aplicar una investigación descriptiva (Encuesta), que permita relacionar las principales falencias al momento de identificar un programa de responsabilidad social en la localidad de la Candelaria.
- Identificar posibles estrategias de mejora, tanto para pequeñas como medianas empresas, esto con el propósito de dar importancia a la responsabilidad social, como programa estratégico para la organización.
- Enfatizar mediante diversos enfoques, como se podría aplicar la responsabilidad social y empresarial en la localidad de la candelaria por parte de las empresas.

- Analizar los posibles beneficios que tienen las empresas colombianas, al ser socialmente responsables.
- Generar una comparación, entre las empresas que plasman la responsabilidad social como necesidad estratégica, de las que no lo hacen.
- Investigar la importancia, que tienen las empresas tipo B mediante su trabajo de responsabilidad social y de sostenibilidad.

8. Justificación

“Mediante un estudio realizado por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial se demostró que la degradación ambiental le cuesta a Colombia aproximadamente 7 billones de pesos al año, en este sentido el país se propuso avanzar en materia de responsabilidad social empresarial para que las organizaciones migren del modelo de desarrollo economicista al modelo de desarrollo sostenible que la sociedad mundial requiere, lo que permite gestionar a nivel microeconómico el desarrollo sostenible desde la planeación ambiental de los establecimientos públicos”. (Ramírez Ramírez, 2018, p.26)³ No obstante, el desarrollo sostenible por parte de las diferentes organizaciones se realiza de una forma voluntaria, afectando directamente la eficiencia con la que se pretende trasladar a las empresas, a un modelo más sostenible.

³ Ramírez Ramírez, L. P. (2018) p.26. La efectividad del Comparendo Ambiental frente a la vinculación de la cultura y la responsabilidad ambiental corporativa en los establecimientos públicos de comercio de la Localidad de La Candelaria. Bogotá. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18688/La%20efectividad%20del%20Comparendo%20Ambiental%20frente%20a%20la%20vinculaci%C3%B3n%20de%20la%20cultura%20y%20la%20responsabilida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Por tal motivo esta monografía trata de brindar información de carácter informativo a los empresarios de la localidad de la candelaria, dicha información fortalecerá a las empresas y comunidades mediante la adquisición de conocimiento, esto con el propósito de dar valor a las compañías, mediante una estructuración estratégica, incorporando programas de responsabilidad social y por ese medio mejorar la percepción que tienen de la empresa tanto los clientes como los empleados. Dando así un posicionamiento organizacional, que en su defecto daría una mayor productividad en la empresa y de igual forma una fidelización de los colaboradores a mediano plazo. Un ejemplo con base a lo anterior sería la participación en el mercado por parte de las empresas tipo B, las cuales se diferencian del resto de las empresas del país por su alto trabajo social y por sus programas de sostenibilidad.

De igual forma, esta monografía aporta información relevante y de interés para los estudiantes de diferentes carreras. Los cuales con el tiempo transmitirán sus conocimientos a las entidades donde desempeñen funciones ya sean directivas u operativas. Estos conocimientos también podrán ser aplicados, por parte de los estudiantes que deseen llevar a cabo un emprendimiento, dado que el programa de responsabilidad social y empresarial al ser un tema estratégico de la organización se puede implementar desde la creación de la empresa. Para tal motivo se tiene que dar una conciencia colectiva, en donde los empresarios de dichos negocios, puedan visualizar la implementación de la responsabilidad social en paralelo de la sostenibilidad, para beneficio de las empresas y de la comunidad (localidad de la candelaria).

Es por esto, que para el desarrollo de este trabajo se realizara un proceso de investigación, de manera cualitativa como cuantitativa, planteando así posibles estrategias acordes al año 2021, que permitan dar un fortalecimiento en cuanto a la responsabilidad social y empresarial de la localidad de la candelaria. Para esto se necesitará la opinión de algunos empresarios de la

localidad, que participaran en la ejecución de este trabajo mediante una encuesta, que pretende evaluar su perspectiva en cuanto al tema de RSE y de sostenibilidad en la Candelaria. Todo esto ira acompañado de una investigación en páginas Web y libros permitiendo así robustecer el trabajo dándole validez mediante la perspectiva de varios autores líderes en el tema de responsabilidad social.

9. Diseño metodológico

9.1 Tipo de investigación

En esta monografía se maneja un tipo de investigación descriptiva (encuesta), en el cual se recolecta y analiza información cuantificable, con el propósito de obtener un análisis más asertivo y profundo referente a la localidad de la candelaria. La investigación descriptiva cuenta con diferentes formas para llevarse a cabo, como, por ejemplo: la definición de características en los encuestados, la medición de las tendencias en los datos, la realización de comparaciones, y validar las comparaciones existentes. De igual forma con los datos recolectados se dará un análisis general, donde se identificarán posibles causas que no han permitido priorizar la implementación de programas de responsabilidad social y empresarial de una forma satisfactoria en la localidad de la candelaria. También se dará solución a los diversos interrogantes que se tengan a lo largo del trabajo, todo esto con el propósito de cumplir el objetivo general de esta monografía.

Esta encuesta se aplico a algunos empresarios de la localidad de la Candelaria. Esta encuesta tiene como propósito recolectar e identificar la perspectiva, conocimientos y opiniones de los empresarios encuestados, en relación a la responsabilidad social y sostenibilidad en dicho sector. La encuesta cuenta con diez preguntas que apuntan a temas relacionados con: sostenibilidad, responsabilidad social y la gestión que tienen las empresas

B. estas temáticas están repartidas en tres preguntas con escala nominal y diez preguntas con escala ordinal tipo Likert, que permitirán tener una mejor recolección e interpretación de resultados.

9.2 Método de investigación

En esta monografía se aplican algunos métodos de investigación, que permiten estructurar, profundizar y analizar los datos obtenidos. Esto con el propósito de adquirir diversos puntos de vista, para poder tener una visión más holística y asertiva de la temática a tratar (RSE) de esta forma se manejaron dos métodos de investigación el cualitativo y el cuantitativo para la estructuración de esta monografía.

Método cualitativo: con la aplicación de este método, busca identificar a los involucrados en los proyectos de responsabilidad social de la localidad de la candelaria, los cuales serían las empresas, empleados o habitantes de dicha zona. Para el cumplimiento de esta, se aplicó una encuesta, a una población específica de dicha localidad (empresarios de la candelaria) por muestreo no probabilístico intencional o de conveniencia, donde solo se incluyeron a los empresarios que decidieron responder la encuesta.

Método cuantitativo: se realiza una recopilación objetiva de los datos que se centran principalmente en números y valores. En la monografía se evidencia la aplicación de este método, al momento de recopilar información relacionada a la investigación, es decir en la socialización de los resultados, en donde se manejan cifras, valores y porcentajes aplicados al tema a discutir, con los que se facilita un poco más la interpretación y la toma de decisiones, con base a las respuestas obtenidas en la encuesta.

9.3 Fuentes de información

Para el desarrollo de esta monografía, se manejarán dos fuentes de información, primarias y secundaria, y mediante estos se pretenderá responder, los diversos interrogantes del trabajo aportando diferentes estrategias para transmitir la experiencia de algunas empresas, en cuanto a responsabilidad social y empresarial (RSE). Con estos dos tipos de investigación se pretende dar una mayor profundización al trabajo, permitiendo obtener mayor credibilidad en la temática a tratar (RSE) y en las afirmaciones que se tienen al momento de justificar el trabajo.

9.3.1 Fuentes primarias

Para poder desarrollar esta monografía de una forma más puntual y eficiente, se realizará una encuesta a una muestra poblacional específica, con temas relacionados a sostenibilidad y responsabilidad social y empresarial (aplicado a la localidad de la candelaria). Con base a lo anterior esta encuesta tiene como propósito, adquirir datos relevantes que permitan apoyar y complementar los argumentos del presente trabajo, obteniendo credibilidad en los diversos enfoques, y mediante la socialización de los resultados responder los interrogantes de la monografía.

9.3.2 Fuentes secundarias

Mediante las fuentes secundarias, se utilizará en esta monografía información de libros, páginas web, ensayos e informes. Que permitan robustecer el contenido del trabajo y dando una mayor validez a la información obtenida en esta monografía. Dentro de las fuentes que se consultaron veremos paginas como la de Alpina y Bancolombia, donde se traerá a colación información importante en cuanto a normatividad de la ISO referente a la responsabilidad social y se hará un análisis de diferentes libros que hablen de sostenibilidad empresarial.

9.4 Técnicas e instrumento de recolección

Como técnica se aplicará primordialmente la encuesta debido a que permite tomar la opinión de un número significativo de integrantes de la población en cuanto a un tema en específico. Una vez que se tenga dicha información, se permitirá recopilar los datos más relevantes y mediante estos plantear un análisis que permita profundizar la temática a tratar. Se aplica el instrumento que acompaña esta técnica el cual es el guion o conjunto de preguntas que se preparan, con el propósito de obtener datos de la población, sobre aspectos como, opiniones, gustos y preferencias.

La encuesta se aplicará como un formulario electrónico con devolución por el mismo canal, debido a la contingencia sanitaria referente al COVID 19. Lo anterior tiene como beneficio la aplicación y obtención de los resultados, de una forma más segura y eficaz, permitiendo reducir costos y tiempos de difusión, mitigando el contacto directo con el empresario. No obstante, la recolección de los resultados puede ser más demorada, debido a que el tiempo de respuesta por parte de los empresarios encuestados es muy relativo, esto se debe a que no todos los empresarios responden de manera inmediata.

9.5 Diseño muestral

Se definió un marco muestral, el cual se enfocó en obtener datos de forma más espontánea y abierta. Uno de sus propósitos fue profundizar la información más relevante para el estudio que se está aplicando y con base a eso fue necesario determinar la Muestra, la cual es una pequeña parte de una población ya determinada, en este caso se seleccionan algunos empresarios de la localidad de la candelaria. Por consiguiente, para la ejecución de la monografía se establece la medición y se plantea una conclusión de la investigación. Cuando se habla de definir la muestra se trabaja con poblaciones de estudio Finita. para ello se

encuestará a empresarios de la localidad de la candelaria, de edades entre los 20 años hasta los 60 años, aplica tanto para el género masculino como femenino.

De igual forma se dio una configuración de la muestra, de una forma no probabilística intencional o de conveniencia. Esto con el propósito de encuestar a un grupo específico de la población, en este caso empresarios de la localidad de la candelaria, e incluir únicamente a los individuos que respondan dicha encuesta, mitigando el margen de error que se daría en caso de que alguien no respondiera el formulario y pusiera en riesgo el nivel de confianza. Se decide gestionar la encuesta de manera no probabilística, ya que la encuesta se realizará de manera virtual, debido a las falencias presentadas a causa del COVID 19.

9.5.1 Población de estudio

Para la aplicación del formulario, se llevará a cabo una muestra no inferior a 100 encuestados y no mayor a 150 empresarios pertenecientes a la candelaria; y con los resultados obtenidos por medio de la aplicación de esta encuesta. Se pretenderá adquirir diversos puntos de vista que permitan analizar desde una visión más holística y asertiva la importancia de la responsabilidad social y empresarial, al interior de la localidad. De igual forma se decide trabajar con el segmento de los empresarios, debido a que son ellos los que se ven inmersos en la incorporación de la responsabilidad social a nivel empresarial en la localidad, estipulando los factores en cuanto a incorporación de RSE que inciden de manera representativa tanto positiva como negativamente al interior de la compañía.

Tabla 2 Población de estudio

POBLACIÓN DE ESTUDIO			
SEGMENTO	EMPRESARIOS	ESTRATO	DOS Y TRES
GENERO	MIXTO	EDAD	DE 20 A 60 AÑOS
LOCALIDAD	CANDELARIA	N/EDUCATIVO	N/A

(Fuente propia)

Enfatizar mediante diversos enfoques, como se podría aplicar la responsabilidad social y empresarial en la localidad de la candelaria por parte de las empresas.																
Identificar posibles estrategias de mejora, tanto para pequeñas como medianas empresas, esto con el propósito de dar importancia a la responsabilidad social, como programa estratégico para la organización.																

(Fuente: propia)

En el anterior cronograma de actividades se puede evidenciar la gestión que se ha tenido a lo largo de la monografía, tanto en la parte de investigación, como también en el desarrollo del trabajo. Esta gestión apunta al cumplimiento del objetivo general, por medio del desarrollo de las actividades del cronograma, las cuales son paralelas a los objetivos específicos. En este cronograma se especifican datos relevantes en la ejecución de las actividades, que se llevarán a cabo semanalmente, de igual forma se da relevancia a la entrega del trabajo en las fechas acordadas, tanto para las tutorías, como también para la evaluación del presente trabajo.

Se dispone de un tiempo promedio de dos meses, para la elaboración del presente trabajo, por ende, se reparten las diferentes temáticas y actividades en el número de semanas que se tienen para la elaboración del trabajo. Cabe resaltar que el trabajo se proyecta terminado una semana antes de la fecha de entrega, esto con el fin de solicitar la aprobación del tutor designado. De igual forma se tiene en cuenta que para la recolección de los datos de la

encuesta se destinan dos semanas, esto con el propósito de dar el tiempo suficiente para el diligenciamiento de la encuesta con su respectivo análisis tanto general como específico.

El presente cronograma tiene como finalidad plasmar los diversos objetivos específicos, de la monografía. Resaltando como, mediante el cumplimiento de estos, se le da alcance al objetivo general, y de igual forma se les da solución a los interrogantes planteados a lo largo de este trabajo. Cumpliendo con los parámetros estipulados para la elaboración de esta monografía, dentro de las fechas establecidas.

10. Marco teórico

10.1 La RSE

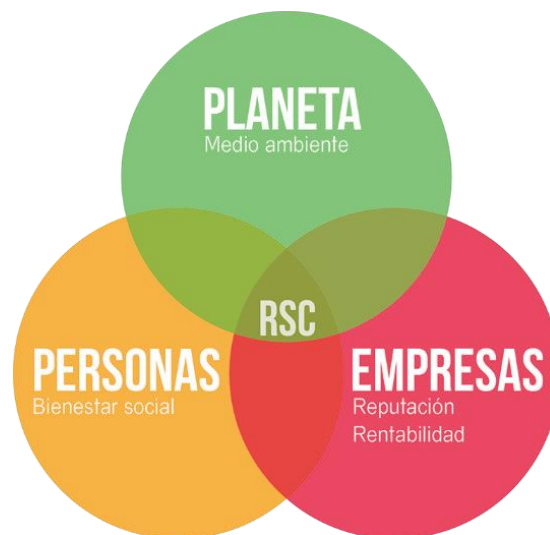
La superintendencia de sociedades, define la Responsabilidad Social y Empresarial, como el compromiso voluntario por parte de las organizaciones, para la identificación del impacto ocasionado a través de la gestión realizada con el cumplimiento de sus actividades económicas, afectando de esta forma sus grupos de interés (trabajadores, proveedores, clientes, comunidades etc. Su finalidad es asegurar el crecimiento económico, desarrollo social y equilibrio ambiental, tal como se evidencia en la figura uno ⁴.

De igual forma se puede entender que la responsabilidad social por parte de cualquier empresa, puede abordar todos estos esquemas (figura 1) o puede dar un enfoque en el que se maneje uno a la vez. Dentro del ámbito ambiental, se verían todos los comportamientos que aportan a la sostenibilidad, mientras que las organizaciones desempeñan sus actividades. Un ejemplo de esto sería el manejo de envases retornables, por parte de las empresas de bebidas.

4 Superintendencia de sociedades. (SF). SUPER INTENDENCIA DE SOCIEDADES. Obtenido de https://www.supersociedades.gov.co/delegatura_aec/informes_publicaciones/responsabilidad_social/Paginas/default.aspx

En el factor social, se ve relacionado todas las actividades o proyectos que integran a la comunidad Ej. Fundaciones, escuelas, refugios, centros de integración social, etc. En tercer lugar y no menos importante se ve el factor de empresa, en donde se relacionan escenarios directos de la compañía, en donde se pretende aplicar la RSE directamente a los trabajadores o proveedores, un ejemplo de esto seria los distintos prestamos por parte de la compañía (fuera de intereses) para la adquisición de vivienda, estudio o viajes, contribuyendo así en el crecimiento del colaborador y obteniendo en su defecto una fidelización de los integrantes de la empresa.

Figura 1 RSE



Fuente: <https://www.antevenio.com/blog/2020/01/responsabilidad-social-corporativa/>

10.2 Alcance de la RSE

Cuando se habla del alcance que tiene esta temática, no se puede limitar simplemente con el trabajo que está realizando la empresa para beneficio de la Comunidad. La responsabilidad social de una empresa, va más allá de su organización y debe involucrar a toda su cadena productiva. Esto significa que la empresa debe trabajar de la mano con sus proveedores y

distribuidores, para asegurarse de que estos hacen negocios en forma responsable y de acuerdo con lineamientos básicos de operación, tecnología e información.⁵

De igual forma dentro del alcance que tiene la RSE, se puede visualizar la dimensión que adquieren las organizaciones que adoptan la responsabilidad social y empresarial además de que obtienen reconocimiento por parte de clientes, inversionistas y proveedores, también adquieren un incremento en sus utilidades en el mediano o largo plazo en relación, a las actividades que desempeñan al ser más competitivas a causa de la RSE. Cabe resaltar que la empresa limitaría su alcance, de acuerdo a la gestión que se esté llevando en los tres factores de responsabilidad social, nombrados anteriormente.

10.3 Beneficios de la RSE

Tabla 4 Beneficios de la responsabilidad social

BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	
COMPETITIVIDAD	Se da mayor competitividad entre las organizaciones, al realizar comportamientos socialmente responsables, que permiten establecerse en el mediano plazo, como activos intangibles.
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	Fidelización de clientes antiguos, y adquisición de clientes nuevos, mediante el cumplimiento de la política de calidad y la adecuada ejecución de los programas de RSE.
IMAGEN CORPORATIVA	Se da un reconocimiento de la marca, tanto por parte de los clientes, como también de los inversionistas y proveedores.
RENTABILIDAD	Da un posicionamiento de la empresa en el mercado, permitiendo maximizar sus operaciones y de igual forma generar mas empleo.

(Fuente Propia)

⁵ Karla Rosanna Cuevas. (13 de Mayo de 2014). Escuela de Organización Industrial. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/13/responsabilidad-social-empresarial-19/>

11. Marco conceptual

11.1 Sociedad

Al hablar de sociedad, se busca un relacionamiento, en el trabajo conjunto que tiene la empresa al ejecutar acciones en cuanto a RSE en la comunidad, en esta relación ambas partes buscan un beneficio mutuo, en donde las empresas buscan mayor posicionamiento, mediante la promoción inconsciente de la marca por parte del cliente, y la comunidad que mantiene buscando una forma de crecimiento social, en donde se vean beneficiados todos los integrantes de la comunidad, pero en especial el adulto mayor y los niños de la primera infancia.

“La empresa tiene la responsabilidad de contribuir al desarrollo de las comunidades inmediatas en donde opera y en donde tiene intereses comerciales. Este involucramiento empresarial en la comunidad, incluye una amplia gama de acciones que van desde las inversiones sociales y ambientales hasta el voluntariado, las donaciones de productos y servicios, el trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil, etc. Cuando el trabajo con la comunidad se diseña y ejecuta en forma estratégica, brinda un efecto multiplicador ganar-ganar, en el que se agrega valor a las comunidades y se contribuye a mejorar la calidad de vida de la gente mientras se fortalece la imagen de la empresa y sus marcas”

(Karla Rosanna Cuevas, 2014)⁶

11.2 Medio ambiente

Uno de los objetivos que pretenden alcanzar las organizaciones, por medio de la responsabilidad social corporativa, en temas ambientales. Es encontrar soluciones innovadoras

⁶ Karla Rosanna Cuevas. (13 de Mayo de 2014). Escuela de Organización Industrial. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/13/responsabilidad-social-empresarial-19/>

que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales, sin detener su actividad económica o afectar la rentabilidad que obtienen dichas empresas por la calidad de sus productos o servicios, y con base a esto reducir al máximo el impacto negativo de la compañía en el medio ambiente.

A lo largo del tiempo, dichas compañías, han adoptado estrategias innovadoras, que les han permitido reducir el impacto negativo que ocasionan al desarrollar su actividad económica. Estas estrategias van desde campañas de reciclaje hasta la reutilización de los residuos, beneficiando así al medio ambiente y en su defecto, a las comunidades que se ven afectadas a causa de la gestión realizada por parte de estas organizaciones.

Figura 2 Reutilización de residuos



Fuente:
<https://www.freepik.es/vector-premium/reutilizacion-basura-produccion-bienes-ciclo-residuos->

Todas estas medidas implementadas por las organizaciones, tienen un doble beneficio, tanto por parte del medio ambiente, como del cliente. esto se debe a el grado de importancia social, que se le está dando a las empresas en temas ambientales.

11.3 Sostenibilidad

“Una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general” (Carol Rodriguez Rojas, 2012)⁷. En pocas palabras la sostenibilidad se encamina, en el cuidado del medio

⁷ Carol Rodriguez Rojas. (24 de mayo de 2012). Escuela de organización industrial. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/#:~:text=Una%20empresa%20sostenible%3A%20que%20es,futuras%2C%20en%20su%20entorno%20general.>

ambiente, por medio de un adecuado manejo de las actividades de la organización, las cuales tienen que estar proyectadas a largo plazo, y en lo posible estar dentro de los procesos misionales de la empresa.

La sostenibilidad trata de garantizar todas las necesidades que surgen en el presente, sin comprometer las del futuro, esto con el propósito de administrar mejor los recursos, preservándolos para las generaciones actuales y futuras. A esta medida se han unido tanto las personas como las organizaciones, tratando de garantizar un trabajo en conjunto, para un beneficio a largo plazo. Por tal motivo la sostenibilidad, se enfoca en tres pilares fundamentales que influyen de forma directa en la sostenibilidad.

En el primer pilar se encuentra el escenario medioambiental, que trata de preservar los recursos naturales, para satisfacer las necesidades futuras. En segundo lugar, se visualiza el factor económico, que trata de mantener la utilidad sin descuidar el escenario ambiental. Y como tercer escenario se encuentra el factor social, que busca un equilibrio tanto en la parte ambiental como económica.

Figura 3 Dimensiones del desarrollo sostenible



Fuente: https://www.enaire.es/sobre_enaire/responsabilidad_social_empresarial/nuestro_compromiso_con_la_rse

12. Revisión literaria

12.1 La (RSE) en Colombia

En los últimos años, en Colombia ha tomado fuerza el concepto de responsabilidad social y empresarial, permitiendo ver un mayor compromiso por parte de las diferentes empresas hacia la comunidad. No obstante, el porcentaje de empresas que aplican la responsabilidad social y empresarial sigue siendo bajo, esto se debe a que en Colombia la responsabilidad social y empresarial es un tema que no es relevante, lo anterior se debe a que cada empresa decide si implementar o no un programa de RSE. No obstante, La responsabilidad social y empresarial se conoce como un proceso estratégico, el cual ha tomado fuerza en los últimos años, gracias a la implementación de diversos métodos nacionales o internacionales, como lo son el GTC 180 el cual, fue creado por el INCONTEC. El GTC 180 se entiende como un compromiso voluntario, realizado mediante un documento normativo para la implementación del RSE.

Por consiguiente, se puede entender que un programa de RSE, “es una herramienta que le permite a las empresas gestionar sus fortalezas y oportunidades para seguir mejorando su compromiso con el medio ambiente y el cambio climático, fortaleciendo sus relaciones con las comunidades en las cuales tienen incidencia, así como gestionar la diversidad y la igualdad de oportunidades para sus empleados, entre otros temas” (Londoño, 2020)⁸. De igual forma la RSE dentro de su finalidad trata de retribuir el impacto negativo que se tiene por parte de dichas empresas hacia la comunidad o un entorno en específico, las cuales se ven afectadas por las actividades de estas organizaciones ya sea de una forma directa o indirecta.

⁸Londoño, C. (06 de marzo de 2020). *EL TIEMPO*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/las-empresas-con-mas-responsabilidad-corporativa-en-colombia-469748>

Un tema importante a resaltar, es que en Colombia no existe una ley que exija la ejecución de un programa de responsabilidad social, pero si se tiene un proyecto de ley, encargado de promover comportamientos organizacionales, social mente responsables (proyecto de ley 70 de 2010). Son estos proyectos de ley los encargados de ampliar el alcance que se tiene en cuanto a responsabilidad social en el país, permitiendo que cada vez más empresas adopten estos comportamientos social mente responsables, los cuales terminan siendo un mutuo beneficio en donde las empresas siguen siendo más competitivas mediante la gestión que se esté teniendo de responsabilidad social y de igual forma donde ganan todos los habitantes de las comunidades que estén siendo trabajadas por dicha empresa.

Para tener un punto de partida, no solo se deben tener en cuenta los proyectos de ley, que se han implementado de responsabilidad social a nivel nacional. Ya que se tienen diversas normas internacionales que terminan aportando y complementando la visión que se tiene en cuanto a responsabilidad social en el país. Una de las más representativas es la ISO **26000**, *“Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición”* (ISO Secretaria Central, 2010)⁹

12.2 Diferencia entre sostenibilidad Y (RSE)

Una de las problemáticas más frecuentes, es la carencia a nivel conceptual de lo que es la responsabilidad social, y su finalidad para las empresas y comunidades. ya que, si no se tiene claro el propósito que tiene y lo que realmente es, puede generar una mala gestión y una confusión con otros temas. Esto se debe a la relación que se tiene entre diversos conceptos

⁹ ISO Secretaria Central. (2010). Organización Internacional de estandarización. Obtenido de ISO 26000: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

como lo son la responsabilidad social y sostenibilidad, los cuales al ser similares terminan complementándose y de esta forma aportan mucho más mayor valor, del que podrían dar si solo se gestionara uno. Una falencia presentada a causa de estos dos conceptos, se genera al momento en el que la empresa decide incorporar un programa de responsabilidad social y por desconocimiento terminan generando comportamientos de sostenibilidad y no de responsabilidad social. ¿Qué las hace diferentes? ¿Cómo se complementan?

Cuando hablamos de responsabilidad social y empresarial (RSE) entendemos que “se refiere a una serie de compromisos, deberes y derechos, tanto éticos como jurídicos, que tienen que ver con las diversas actividades que desempeñan tanto las empresas, como los organismos, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional” (Pérez, S.F)¹⁰. Un ejemplo de esto sería, la inversión en educación que realiza una empresa, a beneficio de los niños rurales de una zona determinada, como lo hace Alpina actualmente. De igual forma se entiende como (RSE) cuando una empresa decide contratar y apoyar a personas en estado de discapacidad tanto en la parte administrativa como operativa, tal como se ve en algunos centros comerciales de la ciudad de Bogotá. Otro ejemplo más puntual sería la ayuda que da Crepes y waffles a madres cabeza de hogar, con la vinculación a la empresa y con auxilios para la adquisición de vivienda.

De igual forma en segunda instancia vemos que, “La sostenibilidad empresarial hace referencia a la capacidad de realizar las actividades durante un tiempo prolongado, teniendo en cuenta criterios sociales, económicos y ambientales que aseguren la continuidad del

¹⁰ Pérez, J. F. (S.F). Business School. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/responsabilidad-social-empresarial/>

negocio” (Redacción APD, 2020)¹¹. Dentro de los casos más representativos se encontraría las empresas tipo B, las cuales tratan de tener buenos comportamientos ambientales y sociales, sin disminuir su productividad en el mercado. Un ejemplo de esto, sería la reducción de sustancias contaminantes en el medio ambiente y la implementación de programas de reciclaje o reutilización de la materia.

Tabla 5 Objetivos del desarrollo sostenible

	- Fin de la pobreza - Hambre cero - Salud y bienestar - Educación de calidad	- Igualdad de genero - Agua limpia - Energía asequible y no contaminante - Trabajo decente
---	---	---

(Fuente Propia)

12.3 Las empresas tipo (B) y su gestión con la (RSE)

Después de entender el papel que juega la responsabilidad social y empresarial (RSE) y su función frente a los mercados y comunidades, podemos ver empresas líderes en este tema conocidas como empresas tipo B. Dichas empresas buscan la forma de resolver las problemáticas que se van causando tanto a nivel social como ambiental, todo esto sin descuidar la competitividad que tienen frente a otras empresas y de igual forma sin dejar a un lado la rentabilidad monetaria de la organización.

“La tendencia global de mercado es que 76% de los consumidores están dispuestos a pagar más por una empresa que tenga impacto positivo en la sociedad, y las empresas B se

¹¹ Redacción APD. (22 de enero de 2020). APD. Obtenido de <https://www.apd.es/estrategias-sostenibilidad-empresarial/>

están convirtiendo en pioneras de un movimiento que genera una complicitad distinta con sus consumidores” (Bancolombia, S.F)¹²

Figura 4 Las empresas B latinoamericanas



Fuente: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/innovacion/sostenibilidad/empresas-b#>

Con base a lo anterior, una de las preguntas con mayor relevancia sería, ¿Colombia cuantas empresas tiene con certificación tipo B? Lo primero que toca entender, es que no todas las empresas que solicitan esta certificación, la logran obtener. En promedio se entendería que, de cada 200 empresas, 60 han tratado de conseguirlo. En la actualidad Colombia tiene más de 1,6 millones de empresas, de las cuales solo 53 tienen este reconocimiento como empresas tipo B, dentro de estas organizaciones encontramos a: Natura (cosméticos), siembra viva, cafexsport, y crepes y waffles.

Las empresas con certificación B, logran tener un equilibrio entre responsabilidad social y sostenibilidad, esto le trae un reconocimiento al interior del mercado, permitiendo en su defecto un fortalecimiento por parte de los diversos clientes y de los empleados. No obstante,

12 Bancolombia. (S.F). Grupo Bancolombia. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/innovacion/sostenibilidad/empresas-b#:~:text=Resumen%3A%20Las%20empresas%20B%20tienen,de%20problemas%20sociales%20y%20ambientales.&text=Quieren%20resolver%20problemas%20sociales%20y,%3A%20econ%C3%B3mico%2C%20soc>

en el mercado colombiano se encuentran diferentes empresas que generan estos comportamientos y actividades al igual que las empresas B, y no tienen dicho reconocimiento.

Tabla 6 Empresas colombianas tipo B

EMPRESAS TIPO B EN COLOMBIA	
Acción Verde SAS	La 25 Sport S.A.S
Alcagüete	La Tercera Mirada
Arrocera La Esmeralda S.A.S (Arroz blanquita)	Limite Vertical
Brand Solutions Ltda	Lohas Beans SAS BIC
Biogar	Macías Gómez & Asociados Abogados
Cafexport	Matteria
Caravela Coffee	Mejor en Bici
Choucair Testing S.A	Microfranquicias con Impacto Social
Co-School SAS	Mieles S.A.S.
Contreebute	Núcleo Ambiental S.A.S.
CreativeLab S.A.S	Portafolio Verde
Crepes y Waffles	Productos Naturales Aral Thel S.A.
De Lolita Restó Café	Promosumma
Ecoflora Agro S.A.S	Pure Chemistry S.A.S.
Enfemenino	R + B
Escala Educación	Sempli S.A.S
Finaktiva	Sentido Verde
Finsocial sas	Servioptica
Free mind SAS	SiembraViva
Fruandes	Taurus Capital
Granos Andinos de Colombia S.A.S	Terrasos SAS
Green Factory	Todo1 Colombia LTDA
Grupo Contempo S.A.S	Valorar Futuro S.A.
Heincke SAS	Weee Global
HG ingeniería y construcciones s.a.s	Zue Beauty
Hybrytec Solar	Para Todos Agencia de Seguros Ltda
Ecosistema Jaguar	Natura (cosméticos)

Fuente: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/que-son-las-empresas-tipo-b-y-cual-es-su-proposito-529740>

En la (Tabla 5) se puede observar las cincuenta y cuatro empresas con certificación tipo B, distribuidas al interior de todo el territorio colombiano. Dichas empresas tienen participación

en los diferentes sectores económicos y se encuentran distribuidas en todas las saciedades, tanto en las de menor como las de mayor tamaño. Estas empresas logran obtener su reconocimiento como empresa tipo B por medio de la superintendencia de sociedades, por el trabajo social que tienen con la comunidad, con sus proveedores y con los trabajadores, todo esto acompañado de una gestión de sostenibilidad y trabajo eco amigable, aumentando su inversión para este fin, sin disminuir su utilidad y crecimiento empresarial.

12.4 La (RSE) en la localidad de la Candelaria.

Una de las localidades más representativas de la ciudad de Bogotá, la cual es pilar cultural, alberga empresas tanto públicas como privadas, donde su prioridad es el turismo, la educación y los factores económico sociales. La localidad numero 17 (la candelaria) ubicada en el centro oriente de la localidad de Bogotá, con un promedio de habitantes de 22.440 para un total de 10.106 hogares. También en esta localidad se encuentra en promedio de 3.294 empresas de las cuales la mayoría son de servicios y un porcentaje significativo son empresas públicas, las cuales dan una gestión fundamental mediante los procesos de desarrollo social (modelo de construcción social) que permite ejecutar cambios significativos en la población. ya sea aportando de una forma constructiva o mitigando un impacto negativo que se tenga en este entorno social.

Actualmente esta localidad presenta un número significativo de empresas, de las cuales muy pocas practican la responsabilidad social y empresarial. No obstante, la candelaria presenta diferentes problemáticas culturales y sociales, en las que se puede plasmar un fortalecimiento mediante la responsabilidad Social, ya sea mediante el trabajo en fundaciones con personas de primera infancia o adultos mayores, trabajo directo con habitantes de la calle

y drogadictos, o simplemente con un trabajo que aumente el desarrollo social y cultural con apoyo de empresas públicas, como lo son el IDPC (instituto distrital de patrimonio cultural).

Trabajo con la primera infancia: actualmente en la localidad de la candelaria se encuentra un promedio de 1.512 niños y niñas de la primera infancia entre 6 y 11 años, esto según datos de la alcaldía mayor de Bogotá (secretaría de integración social). Estos niños de primera infancia se encuentran principalmente en estratos uno y dos. Actualmente muchos de los hogares de estos niños, buscan la intervención de entidades del estado, para satisfacer las necesidades de alimentación, salud y educación, convirtiéndose así en un escenario perfecto para el trabajo de responsabilidad social, por parte de las organizaciones de la localidad.

Trabajo con adultos mayores: Directo Bogotá nombro a uno de sus artículos como, “La Candelaria, la localidad que más se preocupa por los adultos mayores”, esto por la gestión que se está obteniendo con tres casas comunitarias dentro de esta zona, las cuales trabajan en apoyo de la alcaldía local, beneficiando a los adultos mayores mediante el intercambio cultural y espacios de convivencia, para el aprovechamiento del tiempo y la inclusión de estos individuos en actividades recreativas, sociales y culturales, para el enriquecimiento personal de cada uno de ellos. Un aporte valido como trabajo de responsabilidad social y empresarial, por parte de las diversas organizaciones de la localidad, se daría mediante la inversión voluntaria en las casas de trabajo para el adulto mayor nombradas anteriormente, o por qué no en la creación de más proyectos de este tipo, que beneficien a las personas mayores de 60.

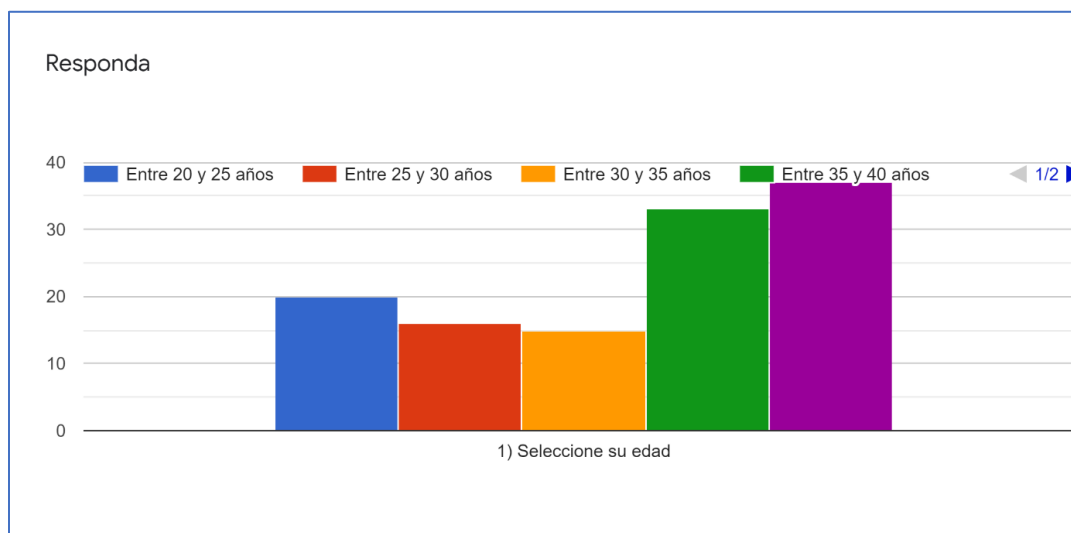
Trabajo directo con habitantes de la calle y drogadictos: De acuerdo a un censo del departamento nacional de estadística (DANE), Bogotá cuenta actualmente con un promedio de 9.538 habitantes de la calle, de los cuales un porcentaje significativo, se ubica en el centro de la Ciudad. Mediante esta problemática social, se pueden elaborar distintos programas de

responsabilidad social y empresarial, en los que se vea la intervención de muchas más fundaciones que incentiven la descontaminación de sustancias psicoactivas al interior del organismo, y la inclusión social y laboral de ellos, para beneficio de los habitantes de calle y de las zonas donde residen actualmente.

13. Discusión de resultados

Los siguientes resultados, se obtuvieron de la respuesta de 121 encuestas, aplicadas a los empresarios de la localidad de la candelaria. Dicha encuesta se diseñó con siete preguntas estilo Likert y tres preguntas estilo nominal, referente al tema de responsabilidad social y empresarial (ver anexo 1). Con estos resultados se pretende evidenciar el grado de importancia que tienen algunas empresas de la localidad, con base al tema de responsabilidad social y empresarial. También en esta encuesta se trata de evaluar posibles factores que evitan la implementación de programas de responsabilidad social en empresas del sector y con estos factores se tratara de ´plantear posibles estrategias acordes al año 2021 que permitan dar un fortalecimiento empresarial en relación a este tema.

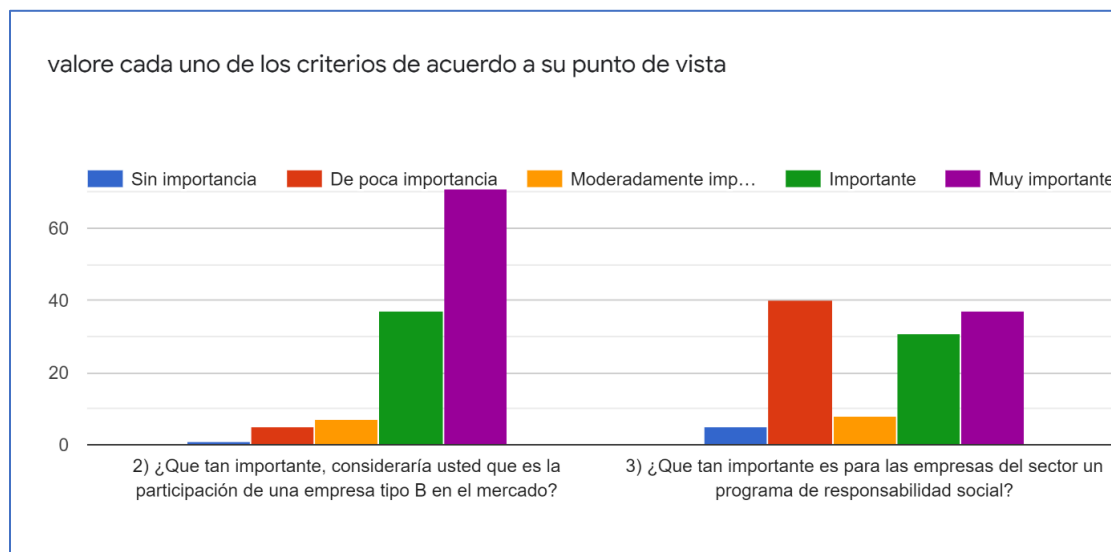
Figura 5 Resultados pregunta uno



(Fuente propia)

En la primera pregunta se trató de obtener las edades de todos los encuestados (empresarios de la candelaria) **con el propósito de evaluar, la tendencia de las edades de las 121 personas que respondieron la encuesta.** Tal como se observa en el gráfico, se observa dos tendencias significativas de las que se pueden concluir. En la primera tendencia y más significativa, se evidencia los encuestados que tienen edades superiores a 40 años y como segunda tendencia se ven a los encuestados que tienen edades entre 35 y 40 años, de igual forma se relaciona que el valor menos relevante fue el de los encuestados con edades entre 30 y 35 años. Lo anterior se relaciona en que la media de la edad poblacional de esta localidad (candelaria) es de 43 años, esto de acuerdo a los datos de la secretaria distrital de planeación.

Figura 6 Respuestas preguntas dos y tres



(Fuente propia)

En la actualidad las empresas con certificación tipo B, son reconocidas por su gestión hacia la sostenibilidad empresarial, y el mejoramiento continuo en el cuidado del medio ambiente mediante el desarrollo de sus actividades económicas, todo esto acompañado de un fuerte trabajo de responsabilidad social. Por tal motivo mediante la pregunta dos **se evalúa el grado de importancia que tienen algunos empresarios del sector, en cuanto a la participación**

que manejan las empresas tipo B en el mercado. En el grafico en la pregunta dos, se puede observar que se obtuvo una respuesta satisfactoria por parte de los encuestados, donde más del 70% marco que les parece importante o muy importante la participación de las empresas tipo B en el mercado.

En la pregunta tres, se ve reflejada una pregunta, con un enfoque directo a la localidad de la candelaria, **con el propósito de evidenciar el grado de importancia que tienen las empresas del sector (encuestados) con respecto a los programas de responsabilidad social.** Este grafico apunto tres tendencias las cuales alcanzaron un nivel porcentual similar, en primer lugar, se visualiza la respuesta más significativa, donde se expresa que es de poca importancia los programas de responsabilidad social en las empresas del sector. No obstante, la segunda y tercera tendencia las cuales son un poco inferior a la primera, apuntaron que si es muy importante e importante para las empresas del sector dichos programas, cabe resaltar que si se sumaran las tendencias que marcan (importante y muy importante) serian mayores a la tendencia número uno.

Figura 7 Respuesta pregunta cuatro



(Fuente propia)

Una de las preguntas más representativas e importantes en toda la encuesta es la pregunta cuatro, ya que mediante esta se trató **determinar la perspectiva que tienen los empresarios de la localidad de la candelaria, con respecto a si una empresa marca la diferencia frente a la competencia, con un programa de responsabilidad social** o si por el contrario no influye. Por consiguiente, con un porcentaje superior al 60 % se evidencia que, de acuerdo a los encuestados, las organizaciones que tienen estos programas, si marcan la diferencia frente a la competencia. De igual forma se resalta que un porcentaje considerable de los encuestados con un 30.6 % afirman que dichos programas no influyen significativamente en la competencia que tienen con otras empresas en el mercado.

Un factor relevante en esta pregunta, es que no todos los encuestados le dan la importancia necesaria a un programa de esta magnitud, y esto puede ser un factor que influye en la baja implementación de programas de responsabilidad social en la localidad de la candelaria, puesto que, si no se le da la importancia necesaria, difícilmente la aplicaran en sus empresas, negando de esta forma la oportunidad de adquirir un programa de crecimiento organizacional.

Por otra parte, el 69.4 % de los encuestados le está dando la importancia necesaria a estos programas de responsabilidad social, no obstante, el porcentaje de empresas que son socialmente responsables en la localidad de la candelaria es muy bajo, y todo esto se debe a que hay otros factores que terminan influyendo en la decisión de estos empresarios, que consideran que es importante la responsabilidad social pero no la aplican. Es por esto que mediante la pregunta diez, los empresarios encuestados, nos compartieron los factores más comunes a su opinión, que dificultan la implementación de la responsabilidad social en la localidad.

Figura 8 Respuesta preguntas cinco y seis

(Fuente propia)

En la actualidad en Colombia existe un proyecto de ley conocido como “Ley 70 del 2020” el cual trata de promover el trabajo voluntario sobre responsabilidad social en las empresas del país, sin embargo, el proyecto de ley no ha sido aprobado y muchos empresarios del país desconocen la existencia de este proyecto de ley, en el peor de los casos no saben que es responsabilidad social o no saben cómo implementarlo en las empresas. De igual forma se resalta que actualmente, Colombia no cuenta con leyes que apoyen la implementación de la responsabilidad social en las empresas del país. Por tal motivo mediante la pregunta cinco, se avalúo si los empresarios encuestados, estarían de acuerdo en que se aprobará un proyecto de ley que incentivará la responsabilidad social en las empresas, todo esto abordo dos tendencias aprobatorias en donde la mayoría de los encuestados afirmaron estar de acuerdo y total mente de acuerdos con la aprobación de este proyecto de Ley.

La pregunta seis se realizó con el propósito de estimar, si consideran que tener un programa de responsabilidad social, hace a las empresas más atractivas hacia el consumidor. Esto se

pregunta con el propósito de estimar si las empresas del sector lograrían un posicionamiento a mediano o largo plazo, mediante la implementación de dichos programas de responsabilidad social. En esta pregunta, solo surgieron tres tendencias de las cuales sobresalen dos, en primer lugar y más relevante se encuentra las personas que están de acuerdo con la afirmación (un programa de responsabilidad social, hace a la empresa más atractiva hacia el consumidor) en la siguiente tendencia con mayor relevancia se visualizan a todos los encuestados que respondieron que se encontraban totalmente de acuerdo con esta afirmación y en tercer lugar y no menos importante, se encuentran a los empresarios que marcaron (Tal vez) donde no apuntan a estar de acuerdo o en desacuerdo con el interrogante.

Figura 9 Respuesta pregunta siete



(Fuente propia)

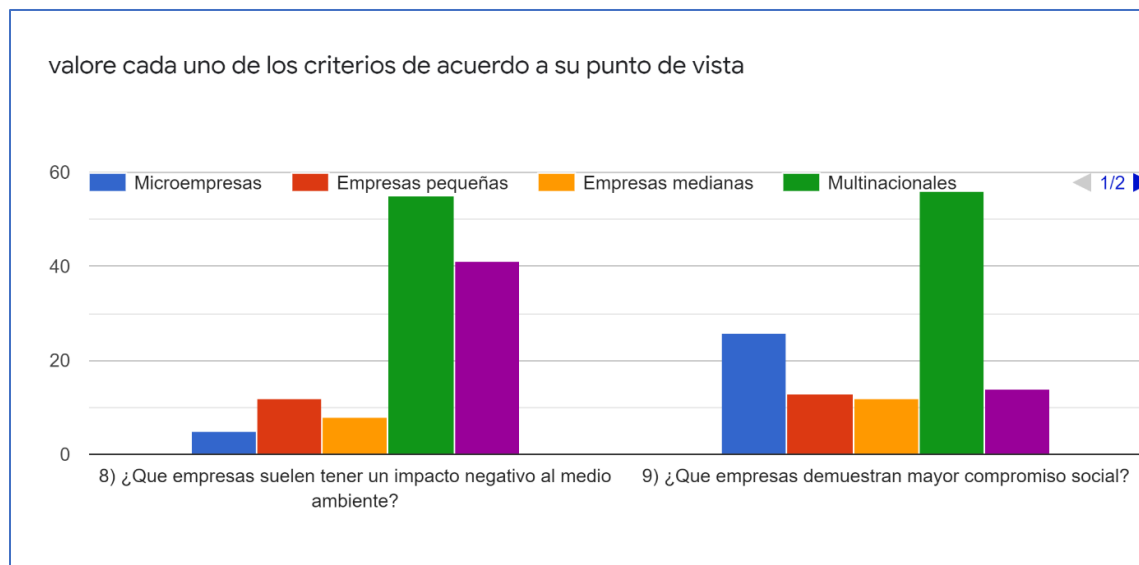
La pregunta siete surge como apoyo y método de profundización para la pregunta cinco en donde se da un plus al proyecto de Ley 70 del 2020. En este interrogante se preguntó a los empresarios encuestados, si conocen dicha ley, o si por el contrario la desconocen. La pregunta es de selección múltiple en escala ordinal, con dos respuestas “Si y No”. Esta pregunta marco una respuesta negativa con una tendencia del 70,2% en donde la mayoría de

los empresarios sostienen que no han escuchado sobre el proyecto de Ley 70 del 2020 y solo un 29.8% de los encuestados conoce este proyecto de ley. Con base al grafico de la pregunta siete, se ve un alto desconocimiento por parte de los encuestados en este proyecto de Ley, clasificando como una posible causa del bajo trabajo social, de las empresas de la localidad de la candelaria.

Para mitigar ese nivel de desconocimiento por parte de los empresarios de la localidad de la candelaria, estos proyectos de ley o leyes ya aprobadas en cuanto a temas de responsabilidad social y sostenibilidad, deberían ir acompañadas con un proceso de capacitación empresarial, donde las empresas conozcan de que se trata la ley o proyecto de ley en mención, y como puede utilizar este para beneficio de la empresa y de la comunidad.

De igual forma se debe evaluar, el nivel de conocimiento que tienen estas empresas en cuanto a responsabilidad social. Esto con el propósito de obtener diversas alternativas que den una profundización en el tema permitiendo vincular más empresas al mercado con estos comportamientos y sirviendo como ejemplos para más empresas. Otro factor que también pueden estar desconociendo la mayor parte de los empresarios es la existencia de la ISO 26000, la cual es una Guía voluntaria sobre responsabilidad social y empresarial, que aporta beneficios tanto de tipo ambiental como social, al ser una norma internacional, sirve como apoyo a las leyes que se tengan en el país, mediante un trabajo colaborativo y voluntario en cuanto a responsabilidad social.

Figura 10 Respuesta preguntas ocho y nueve



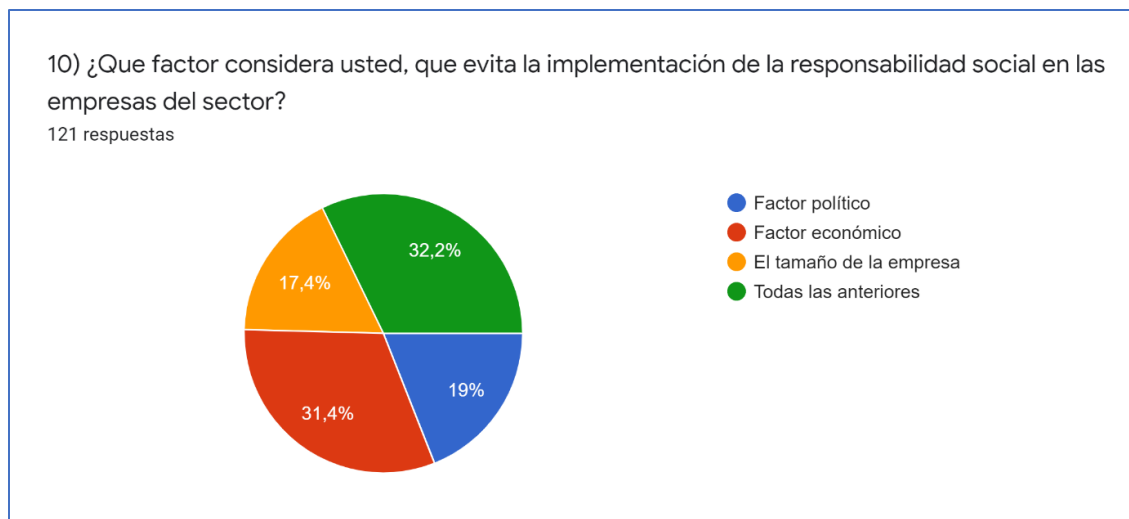
(Fuente propia)

La responsabilidad social surge como una retribución que tienen las empresas con las comunidades, dado al deterioro ambiental que generan estas organizaciones al ejecutar su actividad económica. Un enfoque que se quiere obtener por medio de las respuestas de la pregunta ocho, es la interpretación del punto de vista o perspectiva por parte de los empresarios de la localidad, en cuanto al siguiente interrogante. ¿Qué empresas suelen tener un impacto negativo o deterioro hacia el medio ambiente? En el grafico anterior, se pueden ver los cinco resultados, de los cuales dos sobresalen al resto. En relación a la primera tendencia la cual es la más significativa, se puede concluir que las multinacionales son las que generan un impacto negativo al medio ambiente. No obstante, la segunda tendencia más significativa apunto, que no solo son las multinacionales son las que generan un impacto negativo al medio ambiente si no por el contrario las microempresas, las empresas pequeñas y medianas, afectan también de una forma negativamente al medio ambiente.

Igual al interrogante anterior, para la pregunta nueve se evaluó, que empresas tienen mayor compromiso social, según la opinión y la perspectiva por parte de los empresarios de la localidad de la candelaria. En el gráfico, se puede observar dos empresas que sobresalen como

tendencia en la encuesta para esta pregunta. En primer lugar y con una diferencia significativa sobresalen las multinacionales, como empresas que tienen mayor compromiso social, y en segundo lugar se clasifican las micro empresas que, aunque no tienen un musculo financiero significativo en comparación a las multinacionales, si tiene un trabajo directo y relación con la comunidad. De estos dos interrogantes se puede concluir, que las multinacionales son las que tienen mayor compromiso social, esto se debe a que sus actividades económicas se realizan en mayor escala, en comparación a una empresa más pequeña, afectando significativamente el medio ambiente y de una forma indirecta a la comunidad. Es por esto que dichas empresas tienen que adoptar comportamientos que apunten a la sostenibilidad, acompañados de trabajo social hacia la comunidad, esto con el fin de retribuir en cierta manera a la comunidad el impacto negativo que se está dando.

Figura 11 Respuesta pregunta diez



(Fuente propia)

Uno de los propósitos de este trabajo, es identificar las posibles causas que impiden la implementación de programas de responsabilidad social en empresas del sector de la candelaria, esto con el propósito de plantear posibles estrategias acordes al año 2021, que

permitan un fortalecimiento en cuanto a la responsabilidad social y empresarial dentro de la localidad, la cual hoy en día tiene una baja participación en dicho tema. ¿qué factor impide que se dé un fortalecimiento o implementación en temas de RSE en la localidad? Con este fin se creó la pregunta diez, con el propósito de identificar mediante la visión de algunos empresarios, esas posibles causas que inciden en la compañía a la hora de crear el programa de RSE.

Mediante esta pregunta, se quiso plasmar los posibles factores que consideran los empresarios encuestados, que evitaban la implementación de la responsabilidad social en las empresas del sector. Esto apunto unos resultados en cierta manera uniformes o similares, permitiendo evidenciar diversos factores entre los que encontramos el político, económico, tamaño de la empresa y todas las anteriores. Dentro de estas opciones se pudo visualizar que la más representativa fue Todas las anteriores con un porcentaje del 32.2%, En segundo lugar, con un porcentaje del 31.4% se encuentra el factor económico, Esto se debe a que la empresa que decida implementar un programa de responsabilidad social, debe tener un musculo financiero que le permita realizar inversiones directas o indirectas para tal fin. Con un 19% se relaciona el factor político, en donde se podrían relacionar diferentes temas ya sean en tema de impuestos o de leyes, que terminan influyendo en la empresa de una forma indirecta, y con un porcentaje menos representativo del 17.4% se encuentra el factor relacionado con el tamaño de la empresa, demostrando así que todas las empresas pueden tener un programa de responsabilidad social, sin importar su tamaño. De igual forma se resalta que el porcentaje más representativo fue el de todas las anteriores, en donde sobresalen los anteriores tres factores como posibles causas, de la baja participación de la responsabilidad social al interior de la localidad.

14. Estrategias

Las siguientes estrategias se plantean, como posibles métodos para priorizar la implementación de programas de responsabilidad social y empresarial (RSE) de forma satisfactoria al interior de la localidad de la Candelaria. Estas parten de los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta de responsabilidad social (anexo 2) (anexo 3) a los 121 empresarios de la localidad de la candelaria, que decidieron compartir su punto de vista mediante sus respuestas.

- En primera instancia, se podría incentivar campañas de capacitación, para los empresarios de la zona, esto con el propósito de adquirir el conocimiento necesario en cuanto a responsabilidad social, dando claridad en los múltiples beneficios que se tendrían, y como mediante estos, se puede fijar la RSE, como una herramienta competitiva o diferencial ante las otras empresas del mercado.
- Traer a colación, los diferentes métodos que aplicaron algunas empresas pequeñas como es el caso de MIELES SAS (Empresa tipo B), las cuales, mediante su ejemplo referente a responsabilidad social y empresarial, puedan lograr incentivar tanto en la localidad de la candelaria como en el país, las pautas a seguir para llevar a cabo dicho proyecto. Esto con el propósito de romper estereotipos en cuanto a el factor del tamaño de la empresa y su porcentaje de afectación a la hora de implementar el programa de RSE, tal como se vio evidenciado en la encuesta.
- Buscar asociación o ayuda, directamente a entidades del estado, que faciliten la obtención de recursos, ya sean monetarios o informativos. Esto con el fin de que las organizaciones que decidan adaptar la responsabilidad social y empresarial como

ventaja competitiva, puedan ver un apoyo y acompañamiento constante antes, durante y después, de implementar estos programas en sus empresas.

- Identificar empresas que apliquen la responsabilidad social y mediante estas aplicar técnicas de fortalecimiento organizacional como lo son el benchmarking. Partiendo de la idea de generar una comparación entre empresas similares o competidores directos, esto con el fin de adaptar sus comportamientos, procesos y actividades. Permitiendo implementar la responsabilidad social y empresarial de una forma más rápida y sin un margen de error significativo.
- Concientizar a los empresarios de la localidad de la candelaria, con base a las problemáticas sociales y culturales, que se están presentando al interior de esta zona. Así de esta manera algunos empresarios de la localidad, pueden darle solución a dichas problemática mediante la ejecución de programas de responsabilidad social y empresarial.
- Fortalecer en mayor medida la gestión de responsabilidad social que se implementara, principalmente en empresas pequeñas y microempresas. Dado que son estas las que se encuentran en mayor porcentaje en la localidad en mención, cabe resaltar que, en estas organizaciones, se puede conseguir un contacto directo con los empresarios de una forma más fácil, aportando una comunicación más asertiva y constante.

15. Conclusiones

Cuando se habla de responsabilidad social y empresarial, se puede dimensionar que surge como un aporte voluntario, por parte de las empresas para beneficio de los empleados, la comunidad o los proveedores. Esto con el propósito de retribuir a los afectados el impacto negativo que se está dando a causa de la gestión para el cumplimiento de la actividad económica de dicha empresa que este desempeñando el programa de responsabilidad social.

Actualmente la candelaria es reconocida por ser una de las localidades más pequeñas de la ciudad Capitalina, con un gran aporte cultural y turístico, a causa de sus monumentos, casas y centros históricos de Bogotá. Esta localidad también alberga un número significativo de empresas (3.294) en relación a su tamaño, de las cuales muy pocas de estas organizaciones se enfocan en aplicar, dichos programas de responsabilidad social.

Con base a una de las preguntas del cuestionario aplicado (encuesta) se pudo determinar, que uno de los factores que impide que se dé un fortalecimiento en cuanto a la responsabilidad social y empresarial en las organizaciones de la localidad, es la asociación que tienen algunos empresarios de la localidad, referente a estos programas, vinculándolos únicamente a empresas grandes y multinacionales. Lo cual es errado, ya que todas las empresas sin importar su tamaño, tipo de sociedad o actividad económica, pueden desempeñar actividades que apunten a la responsabilidad social y a la sostenibilidad.

Tal como se menciona anteriormente, esta localidad tiene una baja participación en cuanto a responsabilidad social. No obstante, tiene varios escenarios enfocados directamente en la comunidad, en los que se podría aplicar la RSE en pequeña, mediana, y gran escala. Mediante estos esquemas se podría seguir fortaleciendo el perfil cultural que tiene esta localidad e incentivar el turismo al interior de está. De igual forma se puede dar un trabajo directo con los

habitantes de la localidad, por medio de fundaciones, casas de reposo, y centros de integración social.

¿Como se podría incentivar la práctica de la responsabilidad social en la localidad? Una forma de posicionar la RSE, como ventaja competitiva, en la candelaria y en las organizaciones. Es incentivando por medio de capacitaciones y charlas, en donde el primer enfoque sea dirigido a los empresarios de la localidad, mostrándoles los múltiples beneficios al ejercer dicho programa y como este afecta de una forma positiva a las organizaciones y a la localidad en general, tanto en el mediano como en el largo plazo.

Al ser una localidad pequeña es más fácil difundir la información que se quiere transmitir por medio de las capacitaciones y se requeriría menos porcentaje de inversión, a comparación de otras localidades, estas capacitaciones se podrían hacer primordialmente, con empresarios que ya practiquen la responsabilidad social, ya que son estos los que mediante su trabajo y disciplina han logrado implementar estos programas en sus organizaciones, y de esta forma consiguieron un diferencial significativo ante sus competidores.

Cabe resaltar que a causa de la emergencia sanitaria (COVID 19) muchas empresas quedaron endeudadas, o a las puertas de un futuro cierre. Es por este motivo que dichas empresas tienen que buscar diferentes alternativas que les permitan retomar su posicionamiento en el mercado, es por esto que la responsabilidad social y empresarial en conjunto con la sostenibilidad, se prestarían como una herramienta de posicionamiento en el mercado, dándole valor a la compañía de manera significativa y eficaz.

16. Bibliografía

- Alpina. (s.f). *Fundación Alpina*. Obtenido de <https://www.fundacionalpina.org/es-es/La-Fundaci%C3%B3n/Qui%C3%A9nes-somos>
- Bancolombia. (s.f). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/innovacion/sostenibilidad/empresas-b#:~:text=Resumen%3A%20Las%20empresas%20B%20tienen,de%20problemas%20sociales%20y%20ambientales.&text=Quieren%20resolver%20problemas%20sociales%20y,%3A%20econ%C3%B3mico%2C%20soc>
- Camara de Comercio. (julio de 2007). *Perfil economico y empresarial*. Obtenido de [https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2916/2233_perfil_economico_la_candelaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=En%20La%20Candelaria%2C%20se%20localizan%203.294%20empresas%20de%20Bogot%C3%A1%2C%20equivalentes,canteras%20\(1%2C9%25\).](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2916/2233_perfil_economico_la_candelaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=En%20La%20Candelaria%2C%20se%20localizan%203.294%20empresas%20de%20Bogot%C3%A1%2C%20equivalentes,canteras%20(1%2C9%25).)
- Carol Rodriguez Rojas. (24 de mayo de 2012). *Escuela de organizacion industrial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/#:~:text=Una%20empresa%20sostenible%3A%20que%20es,futuras%2C%20en%20su%20entorno%20general.>
- Cultura Global RSE. (s.f). *Cultura Global RSE*. Obtenido de <https://culturaglobalrse.wordpress.com/natura-cosmeticos/>
- Elejalde, L. L. (25 de Abril de 2020). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/el-gerente-de-natura-dice-que-van-a-transformarse-acelerando-el-modelo-virtual-del-negocio-2997719>
- ISO Secretaria Central. (2010). *Organización Internacional de estandarización*. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Karla Rosanna Cuevas. (13 de Mayo de 2014). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/13/responsabilidad-social-empresarial-19/>
- lexpint. (s.f). *lexpint*. Obtenido de <https://lexpirit.com/responsabilidad-social-clave-para-generar-valor-en-la-empresa/#:~:text=Ser%20socialmente%20responsable%20nos%20lleva,gran%20repercusi%C3%B3n%20e%20impacto%20positivo.>
- Londoño, C. (06 de marzo de 2020). *EL TIEMPO*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/las-empresas-con-mas-responsabilidad-corporativa-en-colombia-469748>
- Perez, J. F. (s.f). *Business School*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/responsabilidad-social-empresarial/>

- Portafolio. (25 de Marzo de 2018). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/la-responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-gerencia-515003>
- Ramírez Ramírez, L. P. (2018). La efectividad del Comparendo Ambiental frente a la vinculación de la cultura y la responsabilidad ambiental corporativa en los establecimientos públicos de comercio de la Localidad de La Candelaria. Bogotá. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18688/La%20efectividad%20del%20Comparendo%20Ambiental%20frente%20a%20la%20vinculaci%C3%B3n%20de%20la%20cultura%20y%20la%20responsabilida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Redacción APD. (22 de Enero de 2020). *APD*. Obtenido de <https://www.apd.es/estrategias-sostenibilidad-empresarial/>
- Semana. (05 de marzo de 2021). *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuales-son-las-1000-pymes-mas-grandes-de-colombia/307892/>
- Superintendencia de sociedades. (s.f). *SUPER INTENDENCIA DE SOCIEDADES*. Obtenido de https://www.supersociedades.gov.co/delegatura_aec/informes_publicaciones/responsabilidad_social/Paginas/default.aspx

ANEXO 1 Ficha metodológica



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



2021

FICHA METODOLÓGICA

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN					
Título	ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL, APLICADO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA EN LA LOCALIDAD DE LA CANDELARIA					
Objetivo General	Adquirir diversos puntos de vista que permitan analizar desde una visión más holística y asertiva la importancia de la responsabilidad social y empresarial, en la localidad de la candelaria					
Tipo de investigación	Descriptivo (encuesta), en el cual se recolecta y analiza información cuantificable, con el propósito de obtener un análisis más asertivo y profundo referente a la localidad de la candelaria					
Encargada por	Universidad Santo Tomas (sin cargo alguno a los mismos)					
Configuración de la muestra	Por muestreo no probabilístico intencional o de conveniencia					
Método de recolección	Formulario electrónico con devolución por el mismo medio					
Población	Empresarios de la localidad de la candelaria					
Cobertura	Todos los empresarios de la localidad de la candelaria que decidan contestar la encuesta					
Variables	<table border="1"> <tr> <th>Tipo de variable</th><th>Descripción</th></tr> <tr> <td rowspan="2">Cualitativas</td><td>Con siete categorías de observación y en escala ordinal tipo Likert, en las preguntas 1, 2, 3, 5, 6, 8, y 9</td></tr> <tr> <td>Con tres categorías de observación en escala nominal, en las preguntas 4, 7 y 10</td></tr> </table>	Tipo de variable	Descripción	Cualitativas	Con siete categorías de observación y en escala ordinal tipo Likert, en las preguntas 1, 2, 3, 5, 6, 8, y 9	Con tres categorías de observación en escala nominal, en las preguntas 4, 7 y 10
Tipo de variable	Descripción					
Cualitativas	Con siete categorías de observación y en escala ordinal tipo Likert, en las preguntas 1, 2, 3, 5, 6, 8, y 9					
	Con tres categorías de observación en escala nominal, en las preguntas 4, 7 y 10					
Unidad de observación	Solo los empresarios que respondieron dicha encuesta					
Encuestadores	Cristian Alexander Moreno Urrego estudiante de administración de empresas					
Fecha de aplicación	Abril de 2021					

ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
Nombre: Cristian Alexander Moreno Urrego Cargo: Estudiante Fecha: Abril del 2021	Nombre: José Bagardo Martínez Ávila Cargo: Docente Fecha: Abril del 2021	Nombre: José Bagardo Martínez Ávila Cargo: Docente Fecha: Abril del 2021

ANEXO 2 Formato de encuesta



Encuesta de Responsabilidad Social y Empresarial

Esta encuesta es elaborada con fines educativos, para el desarrollo de una monografía de la Universidad Santo Tomas de la facultad de administración de empresas, por ende la información registrada en esta encuesta es completamente confidencial y sera empleada únicamente para fines educativos.

A continuación responda las preguntas que encontrara siendo lo mas objetivo y honesto posible, las preguntas no tienen respuesta ni falsas ni verdaderas, solo de carácter informativo.

***Obligatorio**

Responda *

	Entre 20 y 25 años	Entre 25 y 30 años	Entre 30 y 35 años	Entre 35 y 40 años	Mas de 41 años
1) Seleccione su edad	☐	☐	☐	☐	☐

valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista *

Sin De poca Moderadamente Importante Muy
importancia importancia importante

2) ¿Que tan importante, consideraría usted que es la participación de una empresa tipo B en el mercado?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3) ¿Que tan importante es para las empresas del sector un programa de responsabilidad social?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4) ¿Considera usted que una empresa que tiene un programa de responsabilidad social marca la diferencia frente a la competencia? *

☐ Si

☐ No

☐ Otro: _____

valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista *

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Tal vez	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5) ¿Estaría de acuerdo que se aprobará un proyecto de ley que incentivara la responsabilidad social por parte de las empresas?	☐	☐	☐	☐	☐
6) ¿Considera que tener un programa de responsabilidad social, hace a la empresa mas atractiva hacia el consumidor?	☐	☐	☐	☐	☐

7) ¿Ha escuchado sobre el proyecto de Ley 70 del 2020? *

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Otro: _____

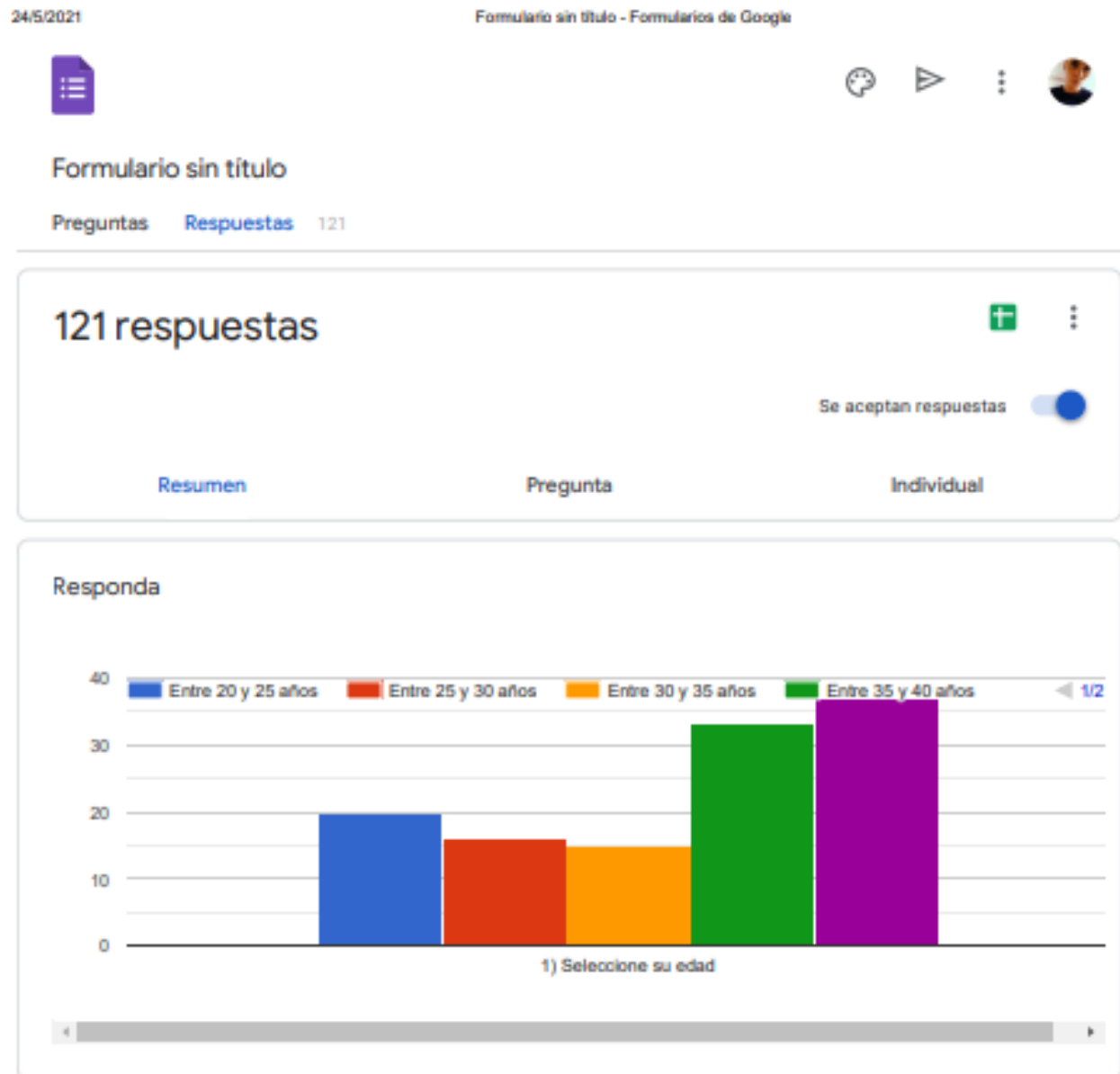
valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista *

	Microempresas	Empresas pequeñas	Empresas medianas	Multinacionales	Todas las anteriores
8) ¿Que empresas suelen tener un impacto negativo al medio ambiente?	☐	☐	☐	☐	☐
9) ¿Que empresas demuestran mayor compromiso social?	☐	☐	☐	☐	☐

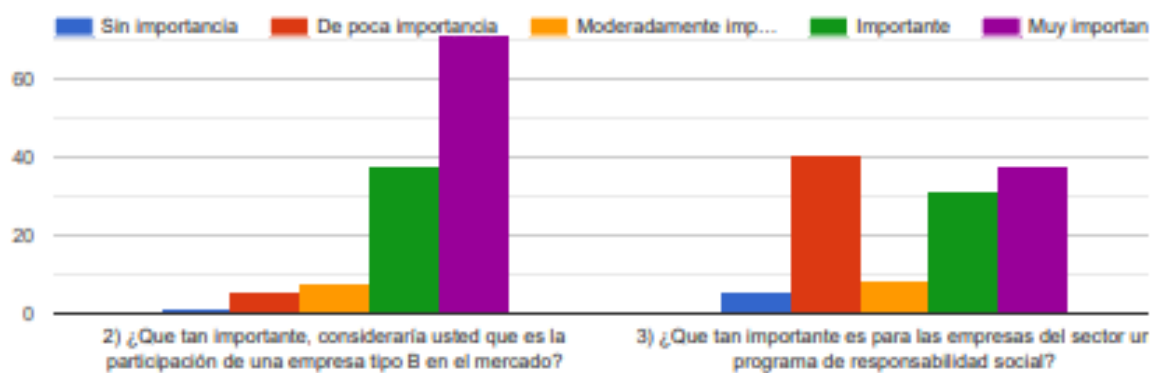
10) ¿Que factor considera usted, que evita la implementación de la responsabilidad social en las empresas del sector? *

- ☐ Factor político
- ☐ Factor económico
- ☐ El tamaño de la empresa
- ☐ Todas las anteriores
- ☐ Otro: _____

ANEXO 3 Respuestas de la encuesta

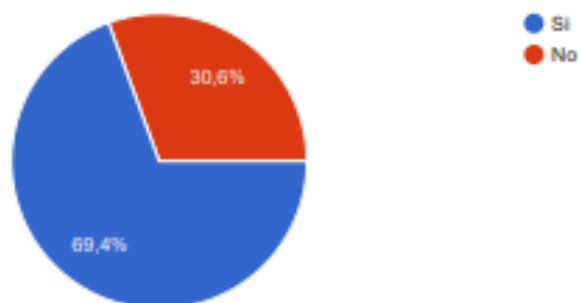


valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista

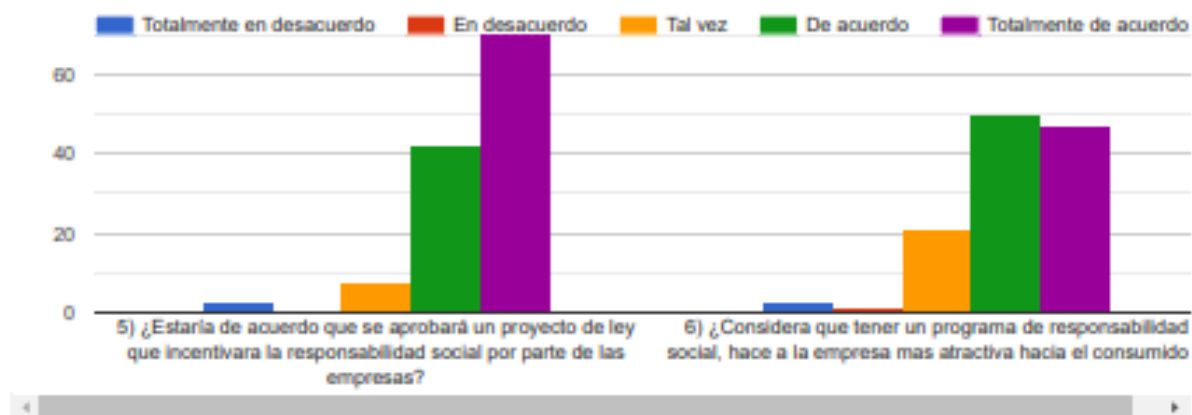


4) ¿Considera usted que una empresa que tiene un programa de responsabilidad social marca la diferencia frente a la competencia?

121 respuestas

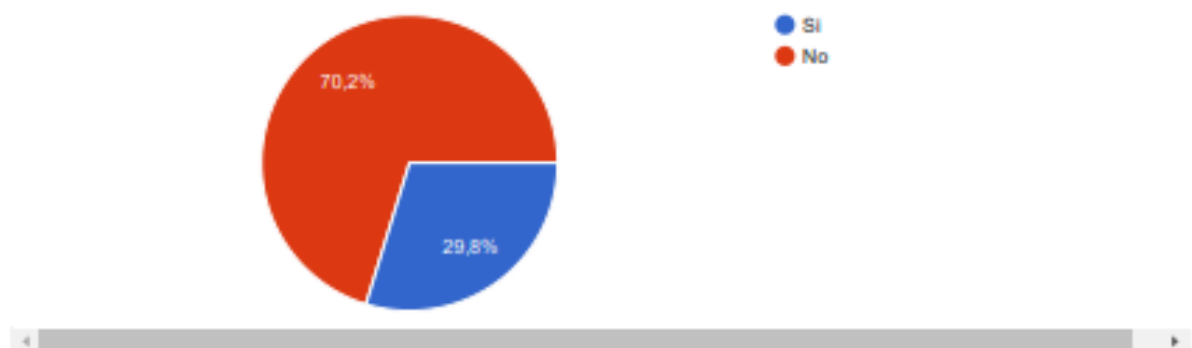


valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista

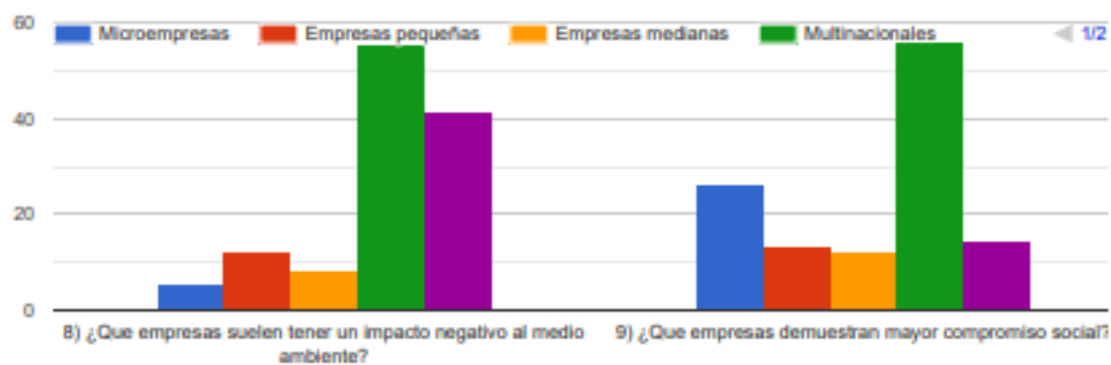


7) ¿Ha escuchado sobre el proyecto de Ley 70 del 2020?

121 respuestas



valore cada uno de los criterios de acuerdo a su punto de vista



10) ¿Que factor considera usted, que evita la implementación de la responsabilidad social en las empresas del sector?

121 respuestas

