

¿CUÁL ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS EN LA  
CONSTRUCCIÓN DE PAZ?

Nombre

Maritza Fernanda Páez Álvarez

Código 1022334373

Tutor

Rafael Pabón

Universidad de Pamplona

Cúcuta, Norte de Santander

2016

## **RESUMEN**

Este ensayo plantea la necesidad de unir la responsabilidad social empresarial a los procesos de construcción de paz mediante estrategias comunicativas y educativas que puedan ayudar a fortalecer un posible escenario de posconflicto. Colombia es un país que ha sufrido durante años por el conflicto armado dejando miles de muertos, cientos de desplazados y millones de víctimas. Es en este escenario donde las empresas pueden actuar con sus planes de responsabilidad social para contribuir en el desarrollo del país, aportar de manera significativa en la reintegración de las partes y promover espacios de participación y reconciliación.

Pese a que el concepto de responsabilidad social es relativamente nuevo en Colombia, su aplicación es cada vez más popular entre las grandes entidades por los importantes beneficios tributarios y de marca que se obtienen. La RSE toma cada vez más fuerza y su contribución en el proceso de posconflicto es fundamental para el desarrollo del país.

## **ABSTRACT**

This essay presents the need to combine corporate social responsibility to the processes of building peace through communication and educational strategies that can help strengthen a possible scenario of postconflict. Colombia is a country that has suffered for years because of the armed conflict, leaving thousands dead, hundreds displaced and millions of victims. It is in this scenario that companies can act with their social responsibility plans to contribute to the development of the country, contribute significantly to the reintegration of the parties and promote spaces for participation and reconciliation.

Although the concept of social responsibility is relatively new in Colombia, its application is increasingly popular among large entities because of the important tax and brand benefits that are obtained. CSR is becoming more and more powerful and its contribution to the post-conflict process is fundamental to the country's development.

## Introducción

Con la evolución de la comunicación humana las empresas requieren de la optimización de sus procesos comunicativos para convertirse en actores relevantes en el contexto de los clientes. Desde esta perspectiva, resulta importante abordar la comunicación en las organizaciones como eje fundamental en el fortalecimiento de la estructura, los procesos y el alcance. Por años, este proceso comunicativo en las entidades fue relegado a funciones secundarias o de bajo nivel, que no aportaban en el desarrollo significativo de las empresas; sin embargo, hoy la comunicación se ha ganado el foco de la atención por la capacidad transformadora en las organizaciones.

Debido a la globalización, empezó a evidenciarse que las grandes organizaciones traían consigo diversos problemas a raíz de la producción en masa, el poco monitoreo gubernamental y la explotación de recursos, que afectaban a las poblaciones cercanas a las zonas de influencia, muchos de estos problemas basados en la ambición de construir emporios económicos fuertes y altamente productivos. Por tanto, era fundamental para las entidades iniciar procesos para resarcir a las comunidades implicadas y mantener y mejorar la imagen. Es así como la comunicación y los procesos de responsabilidad social empiezan a jugar papel preponderante en la construcción y solidificación de la imagen de las empresas y como a través de los procesos sociales lograr potenciar la empresa.

De esta manera la empresa debe tener claro que es una manera idónea de llegar a los públicos, pero también es una decisión libre al ponerla en práctica como se explica a continuación; La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) nació como un proceso voluntario en el que las entidades retribuyen a las comunidades y el entorno parte de los

beneficios obtenidos. No resulta fácil definir qué es RSE, como lo comentan los investigadores de la Universidad de Chile, Chistian Cancino y Mario Morales, “la diversidad de enfoques dificulta un trato profundo y consensuado acerca del verdadero significado de ser una empresa responsable.” (Cancino & Morales, 2008). Sin embargo, se entiende por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como "la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos" (Bateman & Snell, 2005, pág. 147).

Es así como la Responsabilidad Social Empresarial busca ser el enlace entre las entidades y el contexto que rodea su accionar, y busca aportar de manera positiva en el desarrollo de la sociedad. Es fundamental tener en cuenta a los colaboradores, porque son la conexión directa con el público externo de la empresa. Para ser socialmente responsable se debe empezar desde lo interno para que los procesos que se efectúen afuera sean exitosos, reflejen una adecuada ética en el actuar, comprometidos a mantener el respeto por lo que lo rodea. Así mismo, generar redes de apoyo entre los públicos directos e indirectos, para beneficiar poblaciones vulnerables, contribuir a cambiar estilos de vida de un grupo determinado o cumplir con la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Las organizaciones implementan planes de desarrollo encaminados a la generación de utilidades para la empresa, pero también, mejoran la calidad de vida de los grupos objetivo y el entorno.

Teniendo en cuenta que Colombia es un país en conflicto y que pasa por una transición entre algunos actores armados y el Estado hacia la construcción de paz, las entidades se ven en la obligación de contribuir a la generación de paz desde sus saberes, actitudes, colaboradores y demás sectores que puedan favorecer estos procesos de cambio y transformación. La paz es un tema que cada vez toma más fuerza entre la sociedad y los sectores económicos. El Gobierno busca acabar con una guerra de más de 50 años y que ha sacrificado múltiples posibilidades de desarrollo para el país.

“El conflicto armado colombiano está lleno de enseñanzas para la resolución negociada de conflictos. En la medida en que ha sido una confrontación compleja y prolongada, los grupos armados se han convertido en protagonistas. Tanto sus objetivos como el uso de la violencia han generado controversias alrededor de cuáles deben ser las acciones o respuestas que se implementan para hacer frente a dichas situaciones”. (Tawse-Smith, 2008)

Los protagonistas del el conflicto han reconocido el daño que han causado a la sociedad, por lo que se han adelantado acercamientos para dar una salida negociada que permita poner fin a la confrontación. Es así como este ensayo plantea la necesidad de unir la Responsabilidad Social Empresarial a los procesos de construcción de paz mediante estrategias comunicativas y educativas que pueden ayudar a fortalecer un posible escenario de posconflicto.

Se hace necesario que las empresas construyan políticas de participación, mitigación y aceptación de cambios para la construcción de paz, y aprovechar la voluntad de grupos al margen de la ley como las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc) para resarcirse con la sociedad. El papel que juegan los sectores público y privado es indispensable para la resolución del conflicto

¿La responsabilidad social empresarial contribuye a la construcción de paz y a crear un mejor escenario para el posconflicto en Colombia?

¿La responsabilidad social empresarial no contribuye a la construcción de paz y a crear un mejor escenario para el posconflicto en Colombia?

## Origen del conflicto colombiano

Desde todo punto de vista Colombia ha sido un país convulso y lleno de sinergias que le han configurado. Décadas de luchas armadas y conflictos violentos pareciera que ha dejado secuelas profundas en el proceder político, económico y social de un país que parece negarse a cerrar las heridas.

Dicho esto, se hace necesario repensar cómo y de qué manera surge el conflicto armado colombiano y cuáles han sido sus implicaciones históricas en el devenir nacional. Así como todo movimiento social interpreta y recoge la esencia de una época, entender la disparidad de teorías que se manejan en torno a su origen ha de ser tenidas en cuenta para avanzar hacia una verdadera reconciliación social.

Una verdadera oportunidad para analizar esta disparidad de ideas en torno al origen del conflicto colombiano, es la que se ha dado últimamente desde la Mesa de Conversaciones instalada en la Habana (Cuba) por parte de La Comisión de Historia del Conflicto y sus Víctimas (CHCV). Teniendo en cuenta el aporte que expertos en materia y altos mandos del grupo guerrillero de las Farc realizaron al documento, este se tendrá en cuenta para identificar algunos aspectos y momentos históricos que contribuyan a contextualizar el presente ensayo.

La Comisión de Historia del Conflicto y sus Víctimas (CHCV), está compuesta por 12 expertos y se instaló en La Habana el 21 de agosto de 2014 en el marco del “Acuerdo general para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”, que se suscribió entre el gobierno nacional y las FARC el 26 de agosto de 2012. Esta se crea con el fin de ser una alternativa al debate en torno al conflicto armado y el análisis socio-político que ilustre y contribuya a entenderlo y superarlo.

Sí bien, los expertos coincidieron en señalar el origen del conflicto colombiano como una consecuencia de diversos factores referentes con las condiciones sociales, económicas, culturales y políticas del momento, según datos de la Policía y el Ministerio de Justicia, “se puede afirmar con bastante certidumbre que en 1946 la tasa de homicidios había subido en el país a diez por cien mil habitantes”\_(Comisión Histórica del Conflicto y sus Víctimas, 2015, pág. 10)

Coincide estas fechas con cambios generados en la población colombiana, el bipartidismo político atenuado con el asesinato del caudillo liberal Jorge Eliecer Gaitán el 9 de abril de 1948, traería como consecuencia cruentos enfrentamientos entre los seguidores del más oponente candidato al primer cargo de la nación. ‘El Bogotazo’ nombre con el que se conoce a la época de la Violencia en el país (1948 – 1958) para muchos analistas marcaría el inicio de un periodo que dejaría grandes secuelas en el devenir histórico del país.

De la misma manera, los expertos coinciden en que el tema agrario ha contribuido a acrecentar la brecha existente entre lo urbano y lo rural, brecha que muestra que dichos problemas tienen su base en las diferencias de tipo ideológico y sectario que han existido en Colombia.

*“Por ejemplo: la cuestión agraria, la debilidad institucional, la honda desigualdad de los ingresos, la tendencia al uso simultáneo de las armas y las urnas o la presencia precaria o, en algunas ocasiones, traumática del Estado en muchas regiones del territorio nacional”* (Comisión Histórica del Conflicto y sus Víctimas, 2015, pág. 7)

El tema del conflicto armado y el surgimiento de las guerrillas durante el periodo de violencia en Colombia es la representación de una serie de problemas sociales, económicos, políticos y culturales que en el análisis académico debe contribuir a entender sus secuelas para en la práctica poder superarlos como ciudadanos. Dejando una desbastadora imagen del

país como pobreza, delincuencia, desempleo entre otras, es deber del gobierno y el sector privado buscar soluciones que de una vez por todas acaben con los problemas internos que tanto afectan a la sociedad.

### La responsabilidad social y el conflicto

En las organizaciones es fundamental esgrimir atmósferas transparentes que conduzcan a mantener un clima organizacional interno propicio para que sea transmitido de manera natural a los públicos externos, aportando al respeto por el entorno que lo rodea. Así, las personas empezarán a tener una visión de una organización como ejemplo a seguir dentro de la sociedad por la ética, que sin ser mencionada se refleja desde su interior (respeto por los colaboradores, medio ambiente, calidad de producto y servicio, responsabilidad y puntualidad con los clientes y proveedores).

Muchas entidades solo se preocupaban por generar utilidades que hicieran crecer la empresa económicamente y dejaban de lado uno de los valores más importantes que tienen, sus colaboradores. Les exigían sacrificios de tiempo y trabajo bajo presión sin motivación y de esta forma creaban malestar entre ellos y el ambiente laboral se tornaba tenso. Estas situaciones se reflejaban al exterior de las compañías y generaban problemas de reputación, e inclusive, podría llegar afectar las ventas o la producción. Estos problemas aún son visibles en algunas empresas: sin embargo, muchas compañías efectúan una decantación rigurosa de la información que puede salir de sus oficinas.

Las organizaciones se preocupan a mayor escala por sus colaboradores y públicos que se relacionan directa o indirectamente con la empresa y del mismo modo, generan estrechas relaciones con sus *stakeholders*. Actualmente, se reconoce la importancia de que las organizaciones sean socialmente responsables, como lo afirma la psicóloga colombiana Liseth Marín Ocampo, al postular que “se preocupen por el cuidado del medio ambiente,

mejorar problemas sociales y económicos, generen desarrollo regional y conciencia de los impactos de desarrollo empresariales” (Ocampo, 2015). De esta forma, las organizaciones pueden aportar a la solución de diversas problemáticas que se dan en su entorno social.

Debido a que el concepto de RSE es relativamente nuevo en Colombia, las grandes empresas del país le apuestan a ello y empiezan a conocer de la relevancia que tienen los públicos para mantenerse en el mercado. “Una verdadera estrategia de Responsabilidad Social dependerá de la actitud sincera de la empresa con su entorno”. (Duarte, 2002) Vincular a los *stakeholders* que directa o indirectamente están relacionados con la actividad económica de las organizaciones se ha vuelto imprescindible para el desarrollo de cualquier plan estratégico.

Resaltar el valor significativo de incluir en los planes de desarrollo estrategias encaminadas a generar utilidades y construir reputación es el pilar de las organizaciones. “La responsabilidad social permite ganar legitimidad y aceptación social” (Duarte, 2002), por lo que es importante para las organizaciones tener en cuenta que los planes de RSE sean estratégicos y vayan acordes con las necesidades de sus públicos.

Desde esta perspectiva, es importante que las empresas fijen la mirada hacia el conflicto armado, problemática latente en la sociedad, y en la cual encuentran un amplio campo de trabajo en labores de responsabilidad social que podrían impactar positivamente diversas regiones del país. Las organizaciones y los planes de Responsabilidad Social podrían contribuir en la mitigación de los perjuicios que deja el conflicto armado.

Es así como las empresas tienen un reto en los planes de desarrollo, estratégicos y de responsabilidad social; los cuales deben enfocarse en la mitigación del impacto social causado por el conflicto colombiano, de igual forma ayudar a romper barreras o estereotipos

creados a través del tiempo. Las entidades pueden aportar significativamente en la construcción de escenarios de paz, educación y dignificación de la vida humana.

Para las empresas es importante incluir en los planes de RSE, ítems o lineamientos enfocados hacia la construcción de paz, que desarrollen estrategias que contribuyan a la resolución de conflictos, y en los que no se excluya por sexo, raza, procedencia, gustos o demás singularidades. Del mismo modo, las empresas podrían garantizar espacios de socialización para la adecuada integración y aceptación de las víctimas por parte de la comunidad o en su defecto, educar a sus trabajadores para que se sensibilicen frente al problema de tal manera que sea replicada en la cotidianidad de los colaboradores

Es importante que las grandes empresas aporten desde el rol empresarial y la actividad económica a disminuir los contextos violentos, dar ejemplo de inclusión a quienes regresan a la sociedad (reinsertados, desplazados y víctimas de violencia) y promover mayores espacios de esparcimiento y recreación. La construcción de paz como recurso de RSE debe visualizarse desde campañas y actividades que adelanten, además del valor agregado que puede tener para la imagen con los *stakeholders*, mostrándose sensibles y preocupadas en torno al futuro del país. De esta manera contribuirán a mitigar el conflicto armado y aportaría en la consecución de un mejor posconflicto.

El conflicto armado en países como Colombia ha perjudicado seriamente el desarrollo de su economía, como lo afirma el Banco Mundial “mientras que gran parte del mundo ha tenido un rápido progreso en reducción de la pobreza en los últimos 60 años, las áreas caracterizadas por ciclos repetitivos de violencia política y criminal están en seria desventaja, su crecimiento económico se encuentra en riesgo y sus indicadores humanos están inactivos” (World Bank, 2011). Por tanto, es necesario disminuir esos índices de pobreza y empezar a generar planes de desarrollo que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los colombianos. Proyectos

encaminados a fortalecer las habilidades de cada persona y que estas se sientan a gusto en los lugares de trabajo en lo que se esté desempeñando.

Incluir las población afectada por el conflicto armado entre Gobierno y las FARC, implica indirectamente a las empresas colombianas y extranjeras, que se encuentran en el territorio nacional, un replanteamiento de la manera en que se ve frente a la sociedad, teniendo en cuenta que el conflicto es una problemática social, política y económica que posiblemente ha afectado la estabilidad de las empresas. Es fundamental que si cuentan o no con un plan de Responsabilidad Social Empresarial, este sea modificado o diseñado bajo un esquema de participación activa en procesos de atenuación de los índices de violencia por la no aceptación de las víctimas del conflicto dentro de la sociedad.

¿Por qué enfrentar las problemáticas del conflicto armado con un plan de Responsabilidad Social?

El auge empresarial de mostrarse social frente a los *stakeholders* para mejorar la imagen corporativa y ganar respaldo de la sociedad y fidelidad de los clientes, se lleva a cabo mediante planes de desarrollo o RSE. Los cuales se encargan de estudiar las necesidades de la sociedad para ser satisfechas por las organizaciones. Para Maslow satisfacer las necesidades prioritarias o básicas resulta fundamental para motivar a las comunidades hacia la superación. “La teoría de Maslow plantea que las necesidades inferiores son prioritarias, y por lo tanto, más potentes que las necesidades superiores de la jerarquía” (Ramirez, 2007).

Es así, que uno de los problemas esenciales del país son los factores violentos que afronta Colombia. Al poner en contexto la teoría de Maslow de satisfacer las necesidades básicas de la sociedad, se podría deducir que para los colombianos esta es una prioridad, lo que lleva a las empresas a replantear la forma de ser responsables socialmente, de tal manera que genere un mayor impacto al en la comunidades involucradas.

Las empresas pueden contribuir a la construcción de paz mediante procesos educativos en sus públicos objetivos o víctimas del conflicto armado, de esta forma ayudarían a disminuir brechas entre la población civil, afectados por la violencia y los mismos actores armados. En este sentido, sería vital la implementación de estrategias educomunicativas como lo explica Gumucio “La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes” (Martínez-Salanova, 2011). Que contribuyan a crear mejores espacios de colaboración por medio de la educación, la inclusión y la participación en la toma de decisiones que afecten a la comunidad. De igual forma, se resalta la importancia de los psicólogos, comunicadores sociales, antropólogos, entre otros profesionales, que visualizaran la manera idónea de llevar a cabo la implementación de los procesos que se establezcan, radicando en crear imaginarios encaminados hacia la construcción de paz.

Estos profesionales con estudios previos, encuentran la manera adecuada de acercarse a la población, según Lasswell “...conjunto de disciplinas que se ocupan de explicar los procesos de elaboración y ejecución de las políticas, y se encargan de localizar datos y elaborar interpretaciones relevantes para los problemas de políticas de un periodo determinado.” (Lasswell, 1951, pág. 102) de esta forma se convirtieren en el puente directo entre la empresa y los públicos para trabajar por su bienestar. Las compañías se han encargado de proyectar en la sociedad un interés por los problemas que afectan de manera colectiva a la comunidad, por lo que la importancia de este tipo de proyectos sociales, centrados en comunidades vulnerables, que posiblemente no son clientes directos de las organizaciones, pero sí indirectos, está en que estos planes se enfocan a generar utilidades de marca, traducidas en la generación de una imagen positiva en el uso de sus beneficios económicos. El impacto que generan los planes de Responsabilidad Social en la sociedad, también, están direccionados a generar ambientes positivos para su divulgación.

Aunque la empresa está direccionada a que los planes de desarrollo generen utilidades económicas o de marca, también están proyectadas a crear cambios en los estilos de vida de los públicos, y que produzca bienestar no solo en las comunidades sino también para la empresa. Es por esto que los comportamientos de las empresas son la manera idónea de empezar a construir paz, como afirma Adriana Orsi en su columna del diario digital Diario\_Responsable hace alusión a que las empresas responsables deben generar espacios de dialogo social, colaborar en lograr una estabilidad social, económica y favorecer la paz.

*“Las empresas socialmente responsables deben respetar todos los derechos humanos dentro y fuera de sus instalaciones. Además deben ser capaces de generar un consenso social para su funcionamiento en la comunidad. Asumir un rol activo no solo para generar ganancias y bienestar social sino que además tienen que ayudar a fomentar la paz social. Las empresas responsables deben evitar generar o causar problemas sociales en la comunidad donde están instaladas. También se espera que en casos de crisis sociales, económicos o catástrofes las empresas responsables ayuden a la comunidad en lo que puedan, para poder gestionar la situación de crisis.” (Osiri, 2014)*

Se busca que las empresas privadas y públicas entiendan este concepto y desde su rol empiecen a fomentar escenarios de convivencia y dialogo tanto de sus empleados como de la comunidad que les rodea, de tal forma que su responsabilidad este enfocada en la construcción de paz.

Es así como se plantea que las organizaciones pueden aportar al país en la construcción de paz mediante sus planes de responsabilidad social y que a su vez no se debe entender este proceso como una imposición sino un contribución que podría ser el primer paso para generar y mantener una estabilidad en la sociedad, desde este un punto de vista sería adecuado empezar a incluir en sus organizaciones personas víctimas del conflicto, de esta manera abrir nuevas oportunidades para salir del conflicto.

Lograr que las organizaciones entiendan la importancia de ser parte activa en la disminución de espacios violentos a través de la responsabilidad social, es una prioridad innegable. De la misma manera que Osiri, explica en su columna sobre el deber moral de las empresas con la sociedad y la búsqueda de un bienestar interior y exterior en las compañías. Buscar la paz desde lo individual para alcanzar grandes logros es lo ideal para una sociedad que ha vivido el flagelo de la violencia por largos años.

Aunque últimamente el país ha pasado por situaciones difíciles y mirar hacia una paz en el horizonte cercano resulta difícil, es importante recalcar que los medios de comunicación generan una poderosa influencia en la sociedad, por lo que se hace necesario que las empresas de medios de comunicación tomen parte en la solución del conflicto; sin embargo, Colombia es un país que ha vivido de los extremos, y la politización también se ha tomado a los medios de comunicación. Sin embargo, se duda de la autonomía de estos medios, como lo afirma José Manuel Medem “los sucesivos gobiernos negocian con las empresas el mantenimiento del negocio audiovisual a cambio del acompañamiento en la ejecución de sus políticas. No hay servicio público, pluralismo ni espacio para las iniciativas sociales.” (MEDEM, 2014). Por ello quizás algunas empresas pensarán que la responsabilidad social no servirá de nada cuando los gobernantes y otros actores políticos manipulan los procesos a su antojo; pero, son las organizaciones quienes con sus comportamientos y planes de desarrollo adecuados logran cambiar esos imaginarios y empezarán a crear paz desde lo interno y externo de la empresa.

Desde la perspectiva de los medios de comunicación, cabe la pena resaltar que para el caso de Colombia, la mayoría de los medios de comunicación han tomado partido al estar a favor en contra de los procesos de negociación que se dan con los actores armados. Durante años se ha hablado de la imparcialidad y la objetividad en la información y sin embargo, para

mucho es importante asumir posturas frente a este tipo de cambios revolucionarios para el país.

Es así como hay diferentes proyectos algunos muy interesantes como el que viene desarrollando el periódico nacional El Espectador quien ha desarrollado la plataforma “Colombia 2020, construyendo país.” Y desde donde se aportan diversas historias y perspectivas de los que es conflicto armado en Colombia, adicionalmente el periódico promete desarrollar unas cartillas educativas para enseñar por todo el territorio nacional lo que ha dejado estos años de conflicto.



Ilustración 1: Colombia 2020, El Espectador.

Este tipo de propuestas demuestran que la contribución de los medios de comunicación desde su responsabilidad social en el caso del conflicto armado en Colombia, es fundamental y que se requiere de la creación de formatos creativos que ayuden a la construcción de escenarios de paz. Los medios son grandes entidades con un poder enorme sobre las sociedades por lo que su aporte es fundamental para la reconciliación el reconocimiento y la pacificación de las comunidades.

En este sentido también es importante resaltar el proyecto emprendido por la Revista Semana llamado “Semana Educación”, desde donde se viene resaltando la importancia de los procesos educativos, haciendo cubrimientos y promoviendo actividades, talleres, foros, seminarios y tertulias en favor de la educación.



Ilustración 2: Semana Educación, Revista Semana.

Asimismo, el canal colombiano Caracol Televisión viene trabajando en una propuesta audiovisual y de reconocimiento llamada “Titanes Caracol” que describen de la siguiente forma:

“... quiere hacer un reconocimiento a las personas que de manera permanente se esfuerzan por realizar acciones encaminadas a lograr la armonía y la convivencia pacífica en algún rincón del país, demostrando ejemplo y liderazgo para ayudar a solucionar y superar alguna situación de conflicto.”

Aún que no todos los participantes tratan directamente el tema del conflicto, este proyecto en el 2016 se sustenta en los esfuerzos de personas por resolver de manera pacífica los conflictos en sus comunidades. Gracias a la capacidad de visibilidad que tienen los medios televisivos, se logran atraer grandes patrocinadores para estos proyectos, por lo que su

impacto es aún mayor puesto que la financiación se basa en acuerdos con otras entidades importantes que aseguran una fiabilidad financiera.



Ilustración 3: Titanes Caracol, Caracol Televisión.

Es así como estas empresas desarrollan actividades de responsabilidad social que adicionalmente ayudan a fortalecer su marca y mejoran su imagen ante sus públicos. La RSE debe verse como una oportunidad para hacer más cercanos a los stakeholders y del mismo modo contribuir al entorno en el que se desarrollan las diversas actividades de una empresa.

Las compañías no solo lograría obtener beneficios en la disminución de impuestos, también estarían creando una reputación positiva en el pensamiento de sus públicos y además estaría cubriendo una necesidad que es el concepto más cercano para definir la RSE, como lo menciona Maslow en su teoría de la motivación “el ser humano como una clase de organismo psicológico luchando por satisfacer sus necesidades en una lucha por el total crecimiento y desarrollo” (Guevara). Así las Organizaciones estarían retribuyendo a la sociedad y construyendo ambientes amables para una mejor convivencia.

Debido a ello, las organizaciones hoy día han visto la necesidad de empoderarse tanto así que algunas instituciones ya han implementado manuales que evidencian la necesidad de construir paz, la cámara de comercio de Bogotá es una de ellas, quien ha trabajado con un documento que llamado “*Guía para trabajar en la construcción de paz*” de Rafael Grasa Hernández:

*“Desde esta perspectiva, la implementación de prácticas empresariales responsables en el marco de la legalidad es determinante para alcanzar los retos que nos impone la transformación de un conflicto armado como el que hemos vivido en Colombia, gestionando y apoyando la reconciliación nacional, no sólo al interior de cada organización, sino también a través de las cadenas de valor y de las comunidades en donde operan”* (Hernández, 2014)

Como lo explica esta Guía, las compañías deben ser responsables e implementar en sus planes de desarrollo estrategias para construir paz no solo al interior de las organizaciones si no que se hace fundamental que se realice con su entorno, la RSE se convierte en el proyecto perfecto para que las empresas, desde el pueden encaminarse a crear espacios de inclusión y educación con la comunidad víctima del conflicto armado y en general.

Se evidencia en el país la preocupación por acabar con más de medio siglo de una guerra interna que solo ha dejado a su paso pobreza, destrucción, inseguridad, entre otros problemas, es el momento adecuado para olvidar lo que la violencia dejó a su paso y construir un país con oportunidades de crecer en todos los aspectos (social, económico, político, cultural), donde mejore la calidad de vida de sus habitantes significativamente, todo esto con el apoyo de las instituciones, empresas y grandes organizaciones y el uso de la Responsabilidad Social Empresarial.

De esta forma se evidencia que se pueden generar planes de desarrollo ajustados a la contribución hacia la paz, se busca que la mayoría de las empresas implemente en sus planes de RSE políticas o estrategias encaminadas a contribuir en la construcción de paz. Convirtiéndose en garantes de procesos de sociabilización y aceptación de personas víctimas del conflicto armado, educadores en resolución de conflicto y grandes promotores de la cultura de paz.

Pese a que responsabilidad social empresarial no es una obligación para las empresas, hoy en día las mismas han encontrado en ella la oportunidad de ser actores importantes en los cambios de la sociedad y la posibilidad de interactuar, estudiar y conocer con más cercanía sus públicos, así como recibir beneficios de marca e imagen y aportes en su tributación con el Estado.

## Conclusiones

La construcción de paz desde la responsabilidad social empresarial es una estrategia compleja pero altamente beneficiosa para las empresas. En el actual siglo resulta fundamental ser competitivo, creativo y tener la capacidad de apostarle a nuevos proyectos e ideas. En los últimos años se ve como las empresas dejan de un lado el temor a involucrarse en los problemas de sus públicos y empiezan a contribuir de manera positiva en la solución de los mismos. Este temor impidió por años que muchas entidades y medios de comunicación tomaran posturas importantes y actuaran ante las eventualidades de su país.

Hoy el valor de una marca es más importante que sus ventas en el último año y de esta forma las empresas entienden que entre mayor contacto tengan con sus públicos, mayor cercanía y mejor imagen generan en ellos. La RSE es la mejor oportunidad para hacerse visibles y obtener la imagen positiva que se espera de los stakeholders.

El conflicto armado se ha convertido en la oportunidad perfecta para contribuir en su terminación; Según encuesta realizada por la Revista Semana, el 86% de los colombianos considera importante “vivir en paz” (Revista Semana, 2016) siendo este un dato importante para las empresas que le aportan a proyectos encaminados a la solución de conflictos, puesto que es un tema que las personas consideran importante en sus vidas y en su cotidianidad. Que la RSE tomar como prioridad las necesidades sociales y aportar con toda la capacidad que tengan las entidades para ofrecer soluciones en los temas más álgidos de sus públicos. De esta forma, queda claro que la Responsabilidad social si puede contribuir a la construcción de paz en un país tan convulsionado como Colombia.

## Referencias

- Bateman, & Snell. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Cancino, C., & Morales, M. (2008). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Santiago: Universidad de Chile.
- Comisión Histórica del Conflicto y sus Víctimas. (Febrero de 2015). *Contribución al entendimiento del conflicto armado en Colombia*. Obtenido de [https://www.mesadeconversaciones.com.co/sites/default/files/Informe%20Comisi\\_n%20Hist\\_rica%20del%20Conflicto%20y%20sus%20V\\_ctimas.%20La%20Habana,%20Febrero%20de%202015.pdf](https://www.mesadeconversaciones.com.co/sites/default/files/Informe%20Comisi_n%20Hist_rica%20del%20Conflicto%20y%20sus%20V_ctimas.%20La%20Habana,%20Febrero%20de%202015.pdf)
- Duarte, C. (2 de Marzo de 2002). *Gerencie*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>
- Guevara, R. E. (s.f.). *LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. México: Universidad de Malaga, Guanaguato, Liceo Antonio Nariño . Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/438/#indice>
- Hernández, R. G. (2014). *GUÍA PARA TRABAJAR EN LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ*. Kimpres Ltda. Obtenido de [file:///C:/Users/y/Downloads/Guia%20Construccion%20Paz%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/y/Downloads/Guia%20Construccion%20Paz%20(1).pdf)
- Lasswell. (1951). *The Policy Orientation*. En D. Lerner, & H. Lasswell, *The policy sciences*. Stanford University Press.
- MEDEM, J. M. (04 de Agosto de 2014). *Pueblos, revista de informacion y debates* . Obtenido de <http://www.revistapueblos.org/?p=17541>
- Ocampo, L. M. (23 de 05 de 2015). *Prezi, Reponsabilidad Social y Promoción de la Paz*. Obtenido de <https://prezi.com/511s6t5vn207/responsabilidad-social-y-promocion-de-la-paz/>
- Osiri, A. (20 de Agosto de 2014). *diario\_responsable la RSE Global*. Obtenido de <http://diarioresponsable.com/opinion/18092-empresas-responsables-y-la-construccion-de-paz-social->
- Ramirez, L. A. (2007). *Departamento de Gestión y Políticas Públicas, Facultad de Administraión Economía, Universidad Santiago de Chile* . Obtenido de <file:///C:/Users/y/Downloads/DocumentoDocente9.pdf>
- Revista Semana. (20 de Septiembre de 2016). *Encuesta*. Obtenido de Revista Semana: <http://www.semana.com/acuerdos-de-paz/fotos/sube-apoyo-al-proceso-de-paz-444944>

Tawse-Smith, D. (2008). *PORTAL DE REVISTAS UR*. Obtenido de  
<http://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/viewArticle/413>

World Bank. (2011). *World Development Report 2011: Conflict, Security and Development*  
. Washington: World Bank.