

Estrategias educomunicativas de inclusión social para personas con discapacidad visual,
en los centros comerciales de una ciudad fronteriza

Carmen Loana Campillo López

Zaray Yuliana Casas Méndez

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

San José de Cúcuta, Colombia

2024

Estrategias educomunicativas de inclusión social para personas con discapacidad visual,
en los centros comerciales de una ciudad fronteriza

Carmen Loana Campillo López

Zaray Yuliana Casas Méndez

Trabajo de grado para optar al título de comunicadoras sociales

Tutora: Mg. Eliana Catherine Mojica Acevedo

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

San José de Cúcuta, Colombia

2024

Resumen

Esta investigación se centra en analizar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los principales centros comerciales de Cúcuta y su impacto en la inclusión de personas con discapacidad visual. Partiendo de la importancia de la (RSE) como compromiso social voluntario de las empresas, el estudio indaga si los centros comerciales como Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza implementan prácticas inclusivas que favorezcan la accesibilidad y el bienestar de este grupo poblacional.

Se evalúa la existencia de recursos y estrategias como señalización braille, audio descripciones y capacitación del personal para ofrecer una experiencia inclusiva. Mediante un enfoque cualitativo para analizar tanto la percepción de los usuarios con discapacidad visual como el compromiso de los centros comerciales con la RSE.

Las herramientas de recolección de datos incluyeron cuestionarios, entrevistas y observación no participante, dirigidas a identificar las políticas de inclusión en estos espacios y a investigar las barreras físicas y sociales. Los resultados muestran tanto los avances, fortalezas, falencias y las áreas de mejora para que los centros comerciales de Cúcuta puedan ofrecer un entorno más inclusivo y accesible. Los hallazgos de esta investigación proporcionan a las empresas bases para ajustar y fortalecer sus estrategias de RSE en favor de la inclusión social, promoviendo así un entorno equitativo y accesible para todos.

Palabras clave: Inclusión social, estrategias educomunicativas, stakeholders, responsabilidad social, discapacidad visual.

Abstrac

This research focuses on analyzing the application of Corporate Social Responsibility (CSR) in the main shopping centers of Cúcuta and its impact on the inclusion of people with visual disabilities. Based on the importance of CSR as a voluntary social commitment of companies, the study investigates whether shopping centers such as Ventura Plaza, Unicentro and Jardín Plaza implement inclusive practices that favor accessibility and the well-being of this group.

The existence of resources and strategies such as braille signage, audio descriptions and staff training to offer an inclusive experience is evaluated. Using a qualitative approach, to analyse both the perception of visually impaired users and the commitment of shopping centres to CSR.

Data collection tools included questionnaires, interviews, and non-participant observation, aimed at identifying inclusion policies in these spaces and investigating physical and social barriers. The results show both the advances, strengths, shortcomings and areas for improvement so that Cúcuta's shopping centers can offer a more inclusive and accessible environment. The findings of this research provide companies with a basis to adjust and strengthen their CSR strategies in favor of social inclusion, thus promoting an equitable and accessible environment for all.

Keywords: Social inclusion, educommunicative strategies, stakeholders, social responsibility, visual impairment.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I PROBLEMA.....	8
1.1 Contextualización.....	8
1.3 Formulación problema.....	14
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específico.....	14
1.5 Justificación.....	15
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	18
2.1 Antecedentes.....	18
2.2 Bases teóricas.....	36
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	50
3.1. Enfoque metodológico.....	50
3.2 Diseño metodológico.....	51
3.3 Nivel de investigación.....	52
3.4 Población y muestra.....	53
3.5 Cronograma.....	54
3.6 Presupuesto.....	55
3.8 Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	57
CAPITULO IV RESULTADOS.....	76
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
Anexos.....	84

Anexo 1: Consentimientos.....	85
Anexo 2: Fotografías.....	87
Referencias bibliográficas.....	88

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Enfoque cualitativo	52
Tabla 2. Población y muestra.....	53
Tabla 3. Cronograma de actividades.....	54
Tabla 4. Presupuesto	55
Tabla 5. Cuestionario	58
Tabla 6. Estrategias propuestas.....	78
Tabla 7. Recomendaciones	82

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Resultados Unicentro	59
Ilustración 2. Resultados Ventura Plaza	61
Ilustración 3.Resultados Jardín Plaza	63

CAPÍTULO I PROBLEMA

1.1 Contextualización

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), son prácticas o acciones que permiten construir una sociedad más justa y equitativa alrededor de las empresas, apoya la sostenibilidad y permite que la sociedad reciba beneficios positivos al hacer uso de sus servicios. La RSE nace en los años veinte y se fortalece en los cincuenta y sesenta, como una intervención voluntaria de las empresas frente a la influencia de conflictos que tiene la sociedad, de tal forma que contribuyen en su desarrollo a partir de la creación de normas y modelos. De acuerdo con Correa (2007) “Las empresas usan unos recursos que posee una sociedad, ese hecho genera un deber ético y por consiguiente debe implicar la devolución a la sociedad de beneficios que compensen los recursos extraídos” (p.87).

El concepto de RSE fue tratado por el economista Bowen, (1953) en su obra "Responsabilidades Sociales de los Empresarios" donde se hizo énfasis en que las empresas deberían retribuirle a la sociedad lo que esta les facilitó, es decir, si las empresas aceptaban voluntariamente los principios que rigen la responsabilidad social empresarial, se formaría un elemento fundamental para disminuir los problemas económicos.

En este sentido, analizar las acciones de las empresas con respecto a la responsabilidad social obliga a reconocer sus escenarios de actuación en ámbitos internos y externos. En el primero se enfocan las prácticas como los valores y la transparencia que define el actuar de la empresa, e inciden directamente en los colaboradores. En el segundo, se asocia a la actuación con la cadena productiva como proveedores, consumidores, clientes y, además, abarca temas como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al estado, Rojas (2007).

En Colombia se empieza a hablar de RSE en 1940, centrándose en aspectos económicos y legales que después fueron incluyendo la filantropía, integrando los cuidados por el medio ambiente y acciones sociales hacia los stakeholders. Según el artículo de la fundación Red de Árboles “Marco legal de la responsabilidad social empresarial en Colombia”, su llegada al país se divide en tres momentos, el primero cuando la iglesia era el destino de las donaciones de empresarios, el segundo la creación de fundaciones que se encargaban de mejorar aspectos colectivos y el tercero es donde se crea el Consejo Gremial Nacional encargado de fortalecer los temas sociales.

También entran en regulación los principios de RSE en el ordenamiento jurídico colombiano, que consta de cuatro áreas: derechos humanos, derechos laborales, derechos medioambientales y la lucha contra la corrupción, todo con el fin de impactar positivamente en la sociedad. Por lo anterior, al inicio las acciones que fueron separadas poco a poco han ido evolucionando hasta convertirse en un compromiso esencial para todas aquellas empresas que buscan sostenibilidad y transparencia.

Estudios de Lemus & Carrascal (2018), indican resultados de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial RSE en Colombia, por parte de Davivienda, Nutresa, Grupo Éxito, EPM, Alpina y Terpel. Algunas de las prácticas ejecutadas por las organizaciones son: Financiación para vivienda, economía circular, accesibilidad a clientes con discapacidad visual y auditiva, capacitación a contratistas, aprovechamiento de residuos, inclusión de pequeños empresarios mediante programas de mercadeo, cumplimiento legal respecto al uso del agua, entre otras.

En el caso de los centros comerciales en Colombia, como Mallplaza, en Cundinamarca, su responsabilidad social abarca temas de economía circular, gestión de residuos, oportunidades

para emprendedores, derechos humanos, eficiencia hídrica y desarrollo humano inclusivo. Por su parte, el centro comercial Plaza de las Américas en Bogotá, continua la misma línea ambiental como el uso de paneles solares, reciclaje y plantas de tratamiento de aguas lluvias (PTALL). Igualmente, en Mayorca, centro comercial de Medellín, consideran importante seccionar residuos tóxicos como aceite usado, pilas, aparatos electrónicos y medicamentos vencidos, para depositarlos en sus Puntos ECO que se encuentran en todo el centro comercial.

Sin embargo, hay un centro comercial que es importante destacar por su ejemplo social con inclusión a minorías, convirtiéndose en un referente clave a nivel latinoamericano por su compromiso con madres cabeza de hogar y personas con discapacidad, desde que el centro comercial Gran Estación en Bogotá abrió sus puertas, los representantes han trabajado para lograr conseguir reconocimientos como el del 2011 donde fueron reconocidos por el International Council of Shopping Centers (ICSC) por su Festival Sin Ojos, donde sus visitantes tuvieron la experiencia de estar en los zapatos de las personas invidentes.

El centro comercial también maneja temas medioambientales y de educación pues desde 2006 se encargaron de formar un departamento de responsabilidad social dedicado a conseguir alianzas y seguir creando proyectos en beneficio de su comunidad especialmente en aquellos en desventaja de oportunidades.

Ahora bien, en Norte de Santander la llegada de la RSE ha sido paulatina en los últimos años. Las empresas en este departamento han adoptado prácticas en respuesta a una serie de factores como la presión de los consumidores, la conciencia de la importancia de la sostenibilidad y el impacto social. Organizaciones como Coguasimales y Palmicultores del Catatumbo resaltan en acciones de RSE por su sostenibilidad empresarial en tiempos de pandemia, así como en el crecimiento colectivo de poblaciones vulnerables con esquemas de

generación de empleo y alternativas productivas obteniendo el mérito a la Solidaridad Empresarial en tiempos de COVID-19, por parte de la Universidad Simón Bolívar, en el año 2020.

Los centros comerciales de Cúcuta como: Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza cuentan con acciones responsables como labor social, protección ambiental, protección del agua, aprovechamiento de residuos y el reciclaje, también, centros comerciales como River Plaza y Gran Bulevar, que son lugares representativos de la ciudad, pero, que al pasar los años quedaron como espacios únicamente dedicados al comercio, dejando a un lado la estructura de RSE generada por los tres primeros centros comerciales, así mismo, la investigación del presente trabajo de grado va enfocado en la identificación de las acciones de inclusión social, que hacen parte de las prácticas de RSE en cuanto a las personas con discapacidad visual.

De hecho, al hablar de este término se reconoce la existencia de la exclusión, por ello, la importancia de diseñar estrategias que permitan la inserción de los grupos de interés (colaboradores, accionistas, arrendatarios, visitantes, medios de comunicación) mediante prácticas justas laborales, movilización segura y sistemas de señalización como Braille y Constanz para personas con discapacidad visual (PCDV), teniendo en cuenta que Cúcuta cuenta con alrededor de 400 personas invidentes según el presidente de la Asociación Nortesantandereana de Ciegos, Mauricio Alberto Daza.

1.2 Planteamiento problema

Los centros comerciales en Cúcuta son espacios clave para el comercio, el entretenimiento y los negocios, existen varios en la ciudad, sin embargo, los más reconocidos y destacados son Ventura Plaza, uno de los más antiguos y que opera desde el 2006 en el barrio La Playa sobre la avenida 10 cerca al centro. Este cuenta con tres pisos y gran variedad de tiendas, restaurantes, juegos y un cine. Por su parte, Unicentro abrió sus puertas en el 2007 y está ubicado en la avenida Libertadores con calle 10; posee un solo piso y oferta amplia en opción de tiendas, restaurantes, servicios financieros y áreas de entretenimiento. Jardín Plaza, el centro comercial más reciente de la ciudad, se ubica sobre el Anillo Vial Oriental y fue inaugurado en 2019. Es uno de los complejos más grandes de la región, con un diseño a cielo abierto que marca la diferencia.

También, en la zona céntrica de la ciudad podemos encontrar el centro comercial River Plaza inaugurado en el 2009, ubicado entre las calles 9-8 con avenidas 4 y 5, que cuenta con tres pisos y 153 locales comerciales, igualmente, el centro comercial Gran Bulevar, ubicado en la avenida 0, cuenta con 122 locales divididos en tres pisos, fue creado en 1992 y se convierte en uno de los complejos con mayor trayectoria en el gremio, sin embargo, estos dos últimos centros comerciales le dieron un horizonte diferente a sus actividades, convirtiéndose únicamente, en espacios para comprar productos o servicios, de ese modo, solo Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza, son el objeto de estudio del presente trabajo.

Estos centros comerciales al estar ubicados en zona fronteriza con Venezuela, han alcanzado tal relevancia que la ciudad también es conocida como "La vitrina de Colombia" sus visitantes son mixtos y locales, personas de estrato socioeconómico variado como también venezolanos que cruzan la frontera para acceder a productos o servicios difíciles de encontrar en

su país y que resultan más económicos en Colombia, asimismo, niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad sin importar raza o condición.

Sin embargo, la mayoría de las acciones de RSE de los centros comerciales tienen su enfoque en la parte medioambiental. A pesar de contar en sus espacios con personas en condiciones especiales, como: visuales, auditivas y de movilidad, las prácticas de RSE continúan siendo hacia el desarrollo ecológico de la comunidad aledaña, sin enfocarse también en la inclusión social de personas con discapacidad, tomando en cuenta que este concepto es una construcción social, donde la integración es una forma de valorar, de reconocer, y de atender la complejidad de la discapacidad, según Díaz (2003).

Para el 2022 en Colombia, según cifras del Centro de Rehabilitación para Adultos Ciegos (CRAC), existen cerca de 2 millones de personas con discapacidad visual. En Norte de Santander, según el censo del 2018 del Departamento Administrativo de Estadística (DANE) hay 10.600 personas ciegas, mientras que, en su capital para el 2022 existen alrededor de 2.392 con esta discapacidad, teniendo Cúcuta una población de 711.715 habitantes.

Según Avaría (2001) la sociedad está construida para personas normales, esta lógica de inclusión niega la calidad de sujetos a aquellos que resulten diferentes. El problema es que un mundo equitativo se tiene que reconocer las diferencias, como también, que todos tienen igual derecho dentro del entorno social.

Ya en la parte legal, hay una sentencia que es la T-011 de 2022 de la Corte Constitucional de Colombia, donde advierte que “las personas con discapacidad son sujetos de especial protección, por su estado de vulnerabilidad y la ausencia de entornos de movilidad”. Por eso la importancia de prácticas que contribuyan a la dinámica de la persona discapacitada con el

entorno comercial, donde se identifiquen los obstáculos físicos como sociales que permita el diseño y ejecución de estrategias educomunicativas de inclusión, con el propósito de eliminar estas barreras y hacer optima la responsabilidad social en los centros comerciales de una ciudad fronteriza como Cúcuta.

1.3 Formulación problema

¿Por qué es importante aplicar estrategias educomunicativas para la inclusión social por discapacidad visual en los centros comerciales de Cúcuta?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Promover un enfoque inclusivo en las acciones de RSE de los centros comerciales de Cúcuta que permitan la integración social de las personas con discapacidad visual.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar las acciones de RSE que tienen los centros comerciales de Cúcuta para las personas con discapacidad visual.
- Determinar el impacto de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, en el manejo de la inclusión social en personas con discapacidad visual en los centros comerciales de Cúcuta.
- Diseñar estrategias educomunicativas de enfoque inclusivo que permitan la integración social de las personas con discapacidad visual en los centros comerciales de Cúcuta

1.5 Justificación

Según cifras del Centro de Atención a Ciegos (CRAC), en un informe de 2022, en Colombia hay aproximadamente dos millones de personas con discapacidad visual que enfrentan dos grandes desafíos: la sobreprotección y la subvaloración. En ambos casos, se les percibe como individuos sin potencial ni capacidades, lo que limita su desarrollo personal y profesional. Esta situación refleja deficiencias en las políticas de inclusión tanto en el sector público como en el privado.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como una herramienta clave para transformar esta realidad, ya que implica un compromiso voluntario de las organizaciones con su entorno. Esto conlleva la responsabilidad de promover la equidad y la inclusión de todas las personas, sin importar sus capacidades, garantizando que los grupos de interés laboral también adopten esta perspectiva inclusiva.

A través de la RSE, las empresas pueden desempeñar un papel fundamental en la inclusión laboral de las personas con discapacidad visual, contribuyendo a su desarrollo personal, profesional, y fomentando la creación de una sociedad más justa e inclusiva. Contrario a lo que se cree, este no es un concepto reciente. Estudios de Peña (2017), indican que en los últimos 20 años se ha fortalecido la relación entre las empresas y la sociedad, con un enfoque creciente en los negocios de base de la pirámide y en emprendimientos que priorizan el valor social sobre el económico.

Las organizaciones enfrentan un reto mayor en términos de RSE para generar espacios inclusivos para las personas con discapacidad, especialmente en un contexto donde esta población enfrenta desventajas laborales. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, (DANE) en el 2018, la tasa de participación de la población con discapacidad es

significativamente menor (24,3%) en comparación con la población sin discapacidad (66,3%), lo que muestra una discrepancia de 42 puntos porcentuales. Esta diferencia refleja una necesidad urgente de implementar políticas inclusivas no solo en el ámbito laboral, sino también en otros espacios públicos que deberían ser aprovechados de manera equitativa por todos.

Ejemplos internacionales demuestran que las iniciativas de inclusión no son exclusivas de Colombia. El centro comercial Westfield London en Reino Unido, ha implementado un sistema integral de accesibilidad visual y física., esto incluye la adaptación de la infraestructura para personas con discapacidades, con señalización táctil y en braille, así como la oferta de asistencia personalizada.

También se destaca el centro comercial The Dubai Mall, en Emiratos Árabes Unidos, que mediante el sitio web (terabithia.es) se evidencian sus programas de inclusión y acceso universal, además de colaborar con organizaciones locales para ofrecer oportunidades laborales a personas con discapacidades. Estos escenarios demuestran cómo los centros comerciales pueden jugar un rol clave en la inclusión social, no solo como espacios de consumo, sino como ambientes inclusivos que respetan y promueven la diversidad.

Teniendo como base las anteriores experiencias en diferentes espacios y con la intención de conocer la forma en la que se comportan los centros comerciales en la ciudad de Cúcuta respecto a la responsabilidad social con su público en condición de discapacidad visual, surge la presente investigación, que tiene como fin analizar si realmente se encuentran implementando políticas positivas y que contribuyan a la mejora o, por el contrario, se están quedando cortas en el proceso de inclusión social.

1.6 Limitaciones

Durante la ejecución de este trabajo se presentaron algunas dificultades que hicieron más compleja la investigación, en primera instancia, el acceso a las personas que nos brindarían información acerca de los centros comerciales y su poca disponibilidad hizo que la recolección de datos tomara un tiempo más largo, así como, el poco conocimiento que tenían acerca de las estrategias de inclusión social para personas con discapacidad visual, sin embargo, es importante mencionar que, aunque carecían de información o en algunos casos no existían prácticas de Responsabilidad Social en el manejo de la inclusión a personas invidentes, se logró completar las entrevistas y obtener datos valiosos de dos centros comerciales.

De igual manera, la información proporcionada en cada centro comercial estaba demasiado estructurada y ajustada a contestar de forma positiva, por el temor a no tener las respuestas correctas, debido a esto, se realizó un análisis propio donde se identificaron falencias de señalización, capacitación y lenguajes inclusivos, sin embargo, el análisis permitió tener claras las estrategias que posteriormente se desarrollarían para la inserción de personas con discapacidad visual.

En los cuestionarios con el grupo focal de visitantes, también se presentaron limitaciones a la hora de conseguir la cantidad necesaria para las entrevistas, el acercamiento a ellos y brindarles la confianza para que pudieran responder de manera honesta fue uno de los retos en el trabajo de campo, aun así, se completaron los cuestionarios y se obtuvo la información necesaria para analizar el impacto tanto positivo como negativo en cada una de las experiencias de estas personas visitando los centros comerciales.

Por otro lado, los antecedentes regionales presentaron inconvenientes a la hora de adquirir información, tomando como conclusión la poca investigación en Norte de Santander acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, tratando de recolectar la mayor información se buscaron datos en otro departamento (Santander), para hallar el antecedente que continuara aportando al trabajo de investigación.

Finalmente, uno de los tres centros comerciales no estuvo disponible para brindar información acerca del tema, se realizó el respectivo acercamiento y el proceso para obtener una cita, sin embargo, nunca se obtuvo respuesta, por ende, el análisis del entorno y las estrategias que maneja el centro comercial Jardín Plaza se consiguieron a través de la observación y las experiencias de las personas con discapacidad visual entrevistadas.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La inclusión social de personas con discapacidad visual en espacios públicos representa un desafío significativo que requiere la interacción de políticas, estrategias y prácticas que promuevan la accesibilidad y la integración. Este tema ha sido ampliamente abordado en diferentes niveles: desde el ámbito internacional, donde destacan proyectos que combinan la innovación social y el diseño inclusivo, hasta contextos nacionales y regionales que exploran cómo las organizaciones implementan la RSE como un medio para superar barreras estructurales y sociales.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y organismos internacionales han enfatizado la necesidad de garantizar entornos accesibles y adaptados que potencien la autonomía de las personas con discapacidad visual, mientras que investigaciones en América Latina han demostrado cómo estas estrategias pueden ser un motor de cambio en la percepción social y la experiencia cotidiana de estos grupos.

En Colombia, la RSE ha evolucionado como una herramienta fundamental para las empresas en su compromiso con el desarrollo sostenible y la inclusión social. Ejemplos alrededor del mundo y nacionalmente en ciudades como Bogotá, Medellín y Bucaramanga revelan cómo los centros comerciales han incorporado elementos como señalización en braille, programas de sensibilización y políticas inclusivas que buscan responder a las necesidades de las personas con discapacidad visual. Sin embargo, la implementación de estas prácticas aún enfrenta limitaciones, especialmente en regiones como Norte de Santander, donde la RSE enfocada en la inclusión social sigue siendo incipiente.

En este contexto, la presente investigación se centra en los principales centros comerciales de Cúcuta, Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza, que juegan un rol crucial como espacios de interacción social y económica en esta ciudad fronteriza. Con base en antecedentes nacionales, internacionales y regionales, el estudio analiza cómo estas organizaciones han implementado estrategias de RSE dirigidas a la población con discapacidad visual, así como, proyectos de investigación en análisis y estrategias para la inclusión, identificando tanto sus fortalezas como las brechas existentes.

Internacionales

Las personas con discapacidad visual viven en una situación especial donde por su diferencia y condición, la sociedad establece barreras que dificultan su participación en diversos espacios, por ende, es necesario intervenir profesionalmente en las actividades del sector social, promoviendo el conocimiento y uso de sus derechos y responsabilidades, para que tengan Igualdad de oportunidades para mejorar sus condiciones de vida para la participación social, profesional, educativa, cultural y de otro tipo.

En el proyecto de investigación de Cruz Gonzáles Alejandra, (2022) “Promoviendo los derechos y deberes de las personas con discapacidad visual” en Cochabamba, Bolivia, menciona que la población de intervención IBC (Instituto Bolivariano de la Ceguera) no cuenta con todos los conocimientos, habilidades y potencialidades de una persona con discapacidad visual rehabilitada, ni la motivación para hacer uso de sus derechos, cumplir con sus obligaciones y exigir igualdad de oportunidades.

Las actividades que se desarrollaron en el proyecto fueron dirigidas a las PCDV (Personas con discapacidad visual) y sus familias, involucrando al personal del IBC, con la finalidad que las personas mejoren su proceso de su desarrollo personal, familiar y social al ejercer y cumplir con sus derechos y deberes. La metodología para guiar el trabajo del proyecto es la participación. Esto se debe a que “fomenta tanto las capacidades individuales como colectivas de los participantes desarrollando actitudes de colaboración entre los mismos” Pérez, (2016) al permitir que cada persona trabaje lo mejor que pueda, ponga en práctica todo lo que ha aprendido y comparta sus experiencias. Por lo tanto, este método se utiliza para asegurar que los miembros y sus familias se conviertan en agentes de cambio en la sociedad.

Algunos de los resultados fueron los siguientes:

- Nuevos afiliados fueron capacitados en el tema de derechos y deberes de las personas con discapacidad visual.
- Las familias empezaron a cumplir con su deber de apoyar a la PCDV, al presentarse de manera cumplida en los talleres de capacitación.
- Personas afiliadas al seguro médico.
- Personas afiliadas a la Sociedad por los Derechos del Ciego.
- 6 personas inscritas en el curso de oratoria, masoterapia, computación.

Como resultado los talleres de capacitación expuestos en este proyecto aportan a nuestro trabajo de grado ideas para implementar en los centros comerciales de la ciudad de Cúcuta, brindando estrategias que permitan integrarse a estos espacios públicos, a través de actividades y ejercicios que los hagan parte de la comunidad visitante.

Ahora bien, para la Organización Mundial de la Salud (OMS), las personas con ceguera total, es decir, que no tienen ninguna visión, ni perciben ningún objeto, se le imposibilita realizar tareas visuales como leer y escribir, por lo tanto, utilizan para la lectura y escritura el braille, que les permite movilizarse por algún lugar en específico, y es así como en el proyecto de investigación de Tipantuña Ushiña Freddy Patricio, (2019) denominado “Autonomía de personas con discapacidad visual a través del diseño interior en espacios comerciales” de Ambato, Ecuador, buscó estudiar los parámetros de diseño interior para la autonomía de personas con discapacidad visual en espacios comerciales con la finalidad de proponer un diseño interior que potencialice la orientación y movilidad.

La importancia de la investigación radica en que el usuario no tenga acceso libre y cómodo a los espacios públicos, ya que esta persona también se cataloga como consumidor, por

eso es imprescindible que tantos letreros, envases, carteles y demás información estén adaptados.

El resultado que se obtuvo de este trabajo fue que el rediseño actuó en su seguridad emocional como parte de una estrategia inclusiva, donde el usuario se sintió parte importante. Además, al analizar las estrategias de inclusión se evidenció la necesidad de incorporar al diseño del ambiente un tablero con plano háptico, que permite reconocer a escala del espacio usando planos en relieve, texturas y lenguaje braille.

Este proyecto aporta a nuestro trabajo de grado, una de las opciones de sistemas más importantes de identificación en altorrelieve, como lo es código braille, que le facilita al invidente la información necesaria de los productos o servicios, lo que consigue darles mayor independencia personal. A través de adhesivos transparentes, tanto flexible como rígido, se permite incorporar información y símbolos en relieve sobre cualquier superficie, sin que obstaculice la visualización del etiquetado original.

La inclusión de las personas con discapacidad es cada vez más importante en la opinión de los ciudadanos que, a pesar de las diferentes capacidades, destrezas y características deben participar en los ámbitos educativo, político, social y empresarial. En el proyecto de grado realizado por Quiroz Borbor Diana Estefanía, (2022) denominado “Inclusión laboral de las personas con discapacidad en el centro comercial Comecsa” Cantón La Libertad, Ecuador, se mencionó que estas adaptaciones son parte de las bases para construir un futuro inclusivo sin discriminación ni exclusión, con el apoyo adecuado y la capacitación necesaria. Su objetivo fue promover una sociedad igualitaria que garantice las mismas oportunidades para todos los ciudadanos, que Comecsa Mall, se centrará en la plena inclusión de personas con capacidades

diferentes para que puedan desempeñar los mismos deberes y tareas que el resto de empleados y lograr el compromiso necesario con el desarrollo social.

El proyecto se realizó utilizando una metodología de estudio de caso centrado en un programa específico de rehabilitación e integración laboral, entrevistas, observaciones y mapeo documental de diversas fuentes de datos y políticas públicas. Como resultado, se obtuvo que la mayoría de los empleadores que participaron en el programa introdujeron prácticas efectivas para integrar a las personas con discapacidad a la vida laboral. Sin embargo, se llegó a la conclusión de que este tipo de programas son sólo un punto de partida para la inclusión real de las personas con discapacidad en el lugar de trabajo, esto en sí mismo resultó ser insuficiente. Para lograr una inclusión efectiva es necesario que las autoridades, la sociedad en general, las personas con discapacidad y las empresas traten e informen activamente sobre la cuestión.

Este trabajo apoya a la investigación en curso en gran parte por el enfoque que se le da, si bien la inclusión laboral hace parte de la inclusión social, los trabajadores de los centros comerciales son los primeros que deben tener claro las políticas de RSE y gozar de las estrategias educomunicativas que les brinda su lugar de trabajo y así velar por sus propios derechos y los de sus visitantes.

Pasamos ahora a una parte interesante de una investigación que muestra como el modelo y fundación ONCE, son un sistema de innovación social, que busca la igualdad de oportunidades para las personas con o sin discapacidad y se complementa con el modelo social de la discapacidad defendido en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006). Las motivaciones, beneficios, aportaciones y demandas que motivan a las personas con discapacidad visual a ser voluntarias, lo que les da una percepción de mejora de su bienestar personal y un alto grado de satisfacción con su acción voluntaria.

En los antecedentes también se encontró el proyecto de investigación desarrollado por Barazal Rodríguez José Ángel (2022) “El voluntariado de las personas con discapacidad visual como vía de inclusión social en la comunidad: el modelo ONCE” España, donde el objetivo del estudio fue analizar cómo las personas con discapacidad visual pueden ser voluntarias activas en su comunidad de forma normalizada, lo que favorece el reconocimiento de sus derechos y capacidades y su plena inclusión social. La metodología del trabajo fue la consulta y análisis de la vigente normativa interna de la ONCE de 2020 que regula el servicio de voluntariado en la propia entidad y el análisis cuantitativo de fuentes primarias de la ONCE para conocer las variables sociodemográficas.

Se aplicó un cuestionario estructurado en cuatro bloques temáticos: siendo el primero sobre datos identificativos, el segundo sobre valoración de aspectos cualitativos del voluntariado, un tercero sobre por qué recomendaría el voluntariado y un cuarto de observaciones en general.

Lo que contribuye el anterior antecedente a esta investigación, es la importancia de la participación de las personas con alguna condición en las actividades de los centros comerciales, permitiendo identificar las áreas en las que pueden ser incluidos como actores sociales y desarrollar eventos en los que ellos sean los protagonistas a través de su arte o talento, asimismo, creando una red de voluntariado en estos espacios que impacte de manera positiva en cada grupo de interés.

Y para concluir con las referencias internacionales, se menciona La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se perfila como un modelo para promover la innovación social, tal como lo mencionan en el proyecto de investigación de, Carrillo Montoya Teresita del Niño Jesús, Urrea Zazueta María Luisa, Tereso Ramírez Leonor, Verdugo Araujo Luz Mercedes (2022) titulado “Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: Un

análisis desde la innovación social” en Sinaloa, México, donde se resalta que las organizaciones han desarrollado procesos innovadores como resultado de sus políticas de RSE.

Asimismo, recalcan que la responsabilidad no debe limitarse a donaciones económicas, pues la relevancia del enfoque debe integrar la visión y participación de diversos actores en la solución de problemas del ámbito social, académico, cultural, político y económico. Por lo tanto, las organizaciones requieren que los profesionales sociales y de gestión creen éticamente ideas en los procesos culturales, sociales y organizacionales.

Su objetivo fue mejorar el bienestar y dar forma a un cambio que apunte a la sostenibilidad de las organizaciones, a través de la identificación de las áreas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y las acciones que realizaron las empresas sinaloenses en México, lo cual resultó pertinente con la finalidad de configurar un marco de categorías de gestión social desde el trabajo social en el ámbito organizacional, a la luz de propuestas emergentes como lo es la innovación social. Su metodología fue de enfoque cualitativo y el instrumento de recolección de información fue la entrevista semi estructurada.

Los resultados potencializaron el bienestar y la conformación de las innovaciones encaminadas a la sostenibilidad de las organizaciones privadas y sociales, donde estas se comprometieron con la inclusión, equidad y justicia social, garantizando los derechos humanos, por el solo hecho de que alguna persona con discapacidad labore en estas empresas, lo que aporta a nuestro trabajo de grado acciones y políticas para desarrollar en cada uno de los centros comerciales, con el fin de fomentar la RSE en el manejo de la inserción social de personas con discapacidad visual.

Lo que aporta la anterior investigación a este trabajo de grado, es el concepto y objetivo de la responsabilidad social en las organizaciones, partiendo desde la importancia de su aplicabilidad en la parte social, los derechos de cada grupo e individuo, la ética y el valor de cada integrante como parte fundamental del centro comercial, para así comprender lo que no es RSE y poder desarrollar de manera efectiva las recomendaciones y estrategias a los centros comerciales de la ciudad.

Nacionales

Dentro de la consulta realizada se encontraron antecedentes nacionales, como los que se mencionan a continuación: Téllez Bedoya Carlos, Bernal Rodríguez Andrés (2019) realizaron el siguiente estudio de caso “Responsabilidad Social Empresarial en el sector del calzado en Bogotá, Colombia” con el objetivo de evaluar la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector de calzado en Bogotá. Se permitió analizar sus particularidades mediante acciones como investigaciones y entrevistas dirigidas a distintos sectores como clientes y proveedores. Usando una metodología cualitativa que les permitió evaluar la implementación y su efectividad, y recopilar información detallada sobre las percepciones y opiniones de los actores involucrados en la implementación de la RSE del sector.

En cuanto a los resultados, se evidenció que para Birmanio una de las organizaciones estudiadas de este proyecto, la RSE hace referencia a “cumplirles a los colaboradores, con los reglamentos que se imponen para que ellos se encuentren bien y de manera legal” (p.109).

Sin embargo, se identificó que una acción de RSE es conservar al cliente satisfecho con los modelos que la organización les ofrece.

Así mismo, para Shoess (empresa también abordada en la investigación) el panorama fue desalentador, pues, no mostró evidencias de tener en práctica algún tipo de responsabilidad social empresarial, pero afirmó que “sería interesante contar con ellos” (p.109). En términos generales, la investigación arrojó que la falta de estas políticas de alguna manera se encuentra asociada con la antigüedad de la industria y así mismo las organizaciones, quienes se van quedando en lo ortodoxo y muchas veces no avanzan en sus planteamientos. Igualmente, algunas prácticas se quedan cortas frente a la responsabilidad social empresarial.

Lo anterior se vuelve enriquecedor para la investigación por sus conclusiones ligadas a la poca implementación de la RSE y cómo su concepto aún no está claro en las organizaciones. Permitiendo aportar a este proyecto, las necesidades actuales en estos espacios comerciales y la identificación de brechas en el conocimiento, que sirve como base para argumentar la importancia e impacto de la RSE, beneficiando no solo a la sociedad, sino también a la sostenibilidad y reputación del centro comercial.

Por otra parte, en el artículo de investigación de Potes Ordoñez Laura y Bucheli Calvache Juan (2022) denominado “La responsabilidad Social Empresarial como eje de fortalecimiento en la competitividad de la microempresa” publicado en la revista Academia y Derecho, se menciona a uno de los centros comerciales más antiguos y representativos de la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia como lo es Anarkos Plaza.

Aquí se identificaron mecanismos para lograr en la microempresa (MiPymes) acciones en favor de la RSE, donde el aporte del sector se establezca como componente clave de competitividad, es decir, que las estrategias de las micro, pequeñas y medianas empresas vayan de la mano con la economía social, las prácticas de responsabilidad social, la gestión con los stakeholders y la lucha en el mercado.

Así mismo plantea la siguiente pregunta: ¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial contribuyen el fortalecimiento en la competitividad de la microempresa? La metodología usada fue una mixta debido a la necesidad de contar con datos cualitativos y cuantitativos para mayor comprensión del fenómeno estudiado.

Los resultados de la investigación evidencian que la gestión empresarial desde la visión de la Responsabilidad Social Empresarial aborda tres elementos:

1. Identificación de las condiciones sociodemográficas y económicas
2. Acciones gubernamentales
3. Fortalecimiento en la competitividad de la microempresa desde RSE

También, se identificó el estado de la edificación, sus pérdidas monetarias y demás datos importantes que le brindan contexto a la investigación. Para contrarrestar la crisis se establecieron tres elementos que conducen a mejorar el desempeño organizacional desde la Responsabilidad Social Empresarial, formación, el análisis del estado actual de la microempresa y formalización de alianzas estratégicas.

Asimismo, el estudio plantea un plan formativo para el comerciante con la intencionalidad de apropiar conceptos conducentes a la adopción de buenas prácticas responsables con la sociedad y el medio ambiente. De esta manera, reconocer su importancia y despertar el interés por mejorar la relación con sus públicos de interés como mecanismo para la superación de condiciones adversas como el desalojo de sus negocios en el centro comercial Anarkos.

Finalmente, la investigación permite tener una referencia clara sobre el impacto de la RSE sobre las organizaciones y las estrategias que se pueden implementar, siendo una fuente informativa para la presente investigación.

En la búsqueda de antecedentes también se encontró el proyecto de investigación de Parra Báez Angelica, Vargas Espitia Liliana y Woolcott Olenka (2019), denominado “La responsabilidad social del empleador (RSE) en Colombia frente a la discapacidad” Medellín, Colombia, esta investigación se centra en indagar sobre los mecanismos utilizados por las organizaciones en general para incluir a personas con discapacidad. Así mismo, enfatiza en la problemática que se vive dentro de esta población a la hora de vincularse a la vida laboral.

La metodología implementada fue cualitativa, considerando que se dio con base a teóricos e investigaciones realizadas por las autoras. Como resultados o conclusiones, se evidenciaron conjeturas sobre la globalización y su impacto hoy a lo que se le atribuyen diversos cambios en el modelo laboral, incluso en la forma en la que las organizaciones realizan sus contrataciones.

De la misma manera se presentó la importancia de la implementación de la RSE en las organizaciones frente a la forma en la que se comportan ante las personas con algún tipo de discapacidad para permitir su inclusión y la importancia de una legislación adecuada. Además, se deben realizar campañas de sensibilización y socialización de políticas públicas relacionadas con la RSE para generar un mayor compromiso por parte de los empresarios y un impacto positivo en grupos poblacionales vulnerables.

Las anteriores acotaciones permiten aportar aspectos positivos a este trabajo de grado, por las investigaciones que destacan las barreras que enfrentan las personas con discapacidad al

buscar empleo, lo que hace que se pueda promover la igualdad de oportunidades al visibilizar las capacidades de personas que combaten con los prejuicios o estigmas a causa de su condición, este tipo de investigación aporta datos para mejorar las estrategias que los centros comerciales pueden adoptar en sus prácticas inclusivas, desarrollando un entorno, justo, empático y flexible.

También se halló el proyecto investigativo de Corrales Rodríguez Yuri Tatiana, Salazar Rebolledo Leidy Diana y Guerrero Osorio Evelyn (2019) titulado “Análisis y estado actual de los procesos de inclusión laboral de personas en condición de discapacidad en Colombia” en Cali, Colombia, donde se recopilaron una serie de análisis en torno a la forma en que se incluyen a las personas con discapacidad visual en el mundo laboral en Colombia, con el objetivo de fortalecer las dinámicas que se dan en este contacto permitiendo una mejor inserción.

La metodología empleada es de tipo cualitativo con enfoque descriptivo haciendo uso de la revisión bibliográfica como instrumento de recolección de información a través de buscadores y base de datos como: Google académico, Scielo, Eumed, Dialnet, Medigraphic, Redalyc, Elsevier, Science Direct, Lilacs y Medline.

En cuanto a los resultados, se obtuvieron conclusiones a partir de la necesidad de “una apertura socio cultural y laboral realmente efectiva que permita vincular nuevos talentos sin ningún tipo de discriminación” (p.48).

Así mismo se concluyó que “en Colombia pudo constatarse que aún falta camino por recorrer siendo necesario una intervención y gestión tanto del gobierno nacional, de las entidades departamentales y locales, así como de la sociedad en general” (p.48)

Los anteriores planteamientos son aportes para la investigación en curso porque permiten entender mejor las dinámicas laborales para esta población y de la misma manera comprender el eje central de la problemática.

En esa misma línea, se encuentra el proyecto de investigación de Durán Pastrana María (2020) denominado “Inclusión laboral de la discapacidad en Colombia: una aproximación a las propuestas de las empresas, las leyes y las experiencias de las personas en condición de discapacidad” Bogotá, Colombia, donde inicialmente se realiza un diagnóstico de la situación actual en cuanto a la inclusión de las personas en situación de discapacidad al ambiente laboral en Colombia y a partir de ello se plantea el siguiente interrogante: “¿Qué prácticas de inclusión dirigidas a personas con discapacidad han implementado las principales empresas en Colombia?, ¿Cómo responde esto a la política pública y cuál es la perspectiva de quienes viven esta condición frente a las mismas?” (p.14).

La metodología usada fue cualitativa basándose en antecedentes y esta constó de dos fases, donde se buscó ahondar en los actores que tiene esta investigación que son la empresa y las personas en situación de discapacidad.

En los resultados se obtuvo un análisis de unas 10 empresas y su RSE. De las entrevistas realizadas a trabajadores con discapacidades se obtuvo testimonios, comentando lo siguiente: en algunos casos no les daban oportunidad de hacer determinados trabajos porque el empleador consideraba que “es mucho trabajo para un discapacitado”, independientemente al trabajo consideraban que una persona en situación de discapacidad necesitaba de menor horas, o no era capaz de hacer lo mismo que una persona convencional.

Además, expresan que para quitar este paradigma de discriminación es importante una formación social sobre los diferentes tipos de discapacidades para conocer limitaciones, pero también potenciales, así la sociedad y como parte de las empresas, le pierdan el miedo a esa interacción. Lo cual se une a lo expresado en la teoría donde una persona con experiencia previa relacionándose con personas en situación de discapacidad se le facilita implementar la inclusión.

La investigación anterior permie conocer el panorama directo de quienes viven el problema, lo que significa aportes valiosos al generar estrategias y proponer prácticas que contrarresten esa problemática de exclusión, con herramientas tecnológicas accesibles, cambios en los procesos de contratación, programas de formación o capacitación, lo que nos facilita generar un análisis acerca de los factores que en los centros comerciales han impedido la correcta inclusión laboral de personas con alguna discapacidad, ya sea por poco conocimiento, imaginarios sociales, estigma o incluso las mismas políticas del lugar.

Regionales

En los antecedentes regionales, se encontraron investigaciones como la de Martínez Gallo Nidia y Sayago Jhon Jairo (2023) denominada “Inclusión social como estrategia de responsabilidad social en las organizaciones” realizada en la Universidad Libre Seccional Cúcuta. El propósito de esta investigación fue analizar la incidencia de la inclusión social como estrategia de responsabilidad social en las organizaciones dirigidas hacia las poblaciones con algún tipo de discapacidad y como estas contribuyen a su optimo desarrollo dentro de las mismas.

Para la recolección de datos se utilizó el método cualitativo haciendo uso de bases de datos como Redalyc, Cielo, Scopus, Science Direct, Gestión Humana y Virtual Pro, junto con boletines especializados y la normativa legal vigente. Lo anterior permitió aportar citas verificadas.

En cuanto a los resultados obtenidos, estos se condensaron en una serie de conclusiones que afirman que la aplicabilidad de políticas de RSE en las organizaciones pueden aumentar en sobremanera el número de puestos laborales disponibles para personas con algún tipo de discapacidad. De la misma manera se hace énfasis en como estas políticas contribuyen positivamente a la misma organización y su reputación.

La anterior investigación es importante para el proyecto en curso debido a los datos que reafirman la forma en la que impacta la RSE a públicos como las personas con discapacidad, el cual es uno de los objetos de estudio de este planteamiento.

De igual manera, en la búsqueda de antecedentes se encontró el proyecto de investigación de Torres Ochoa Agustín, Ríos Restrepo Mónica, Torres Monzón Jhon y Candanoza Sorella (2018), titulado “Compromiso y prácticas de responsabilidad social empresarial en La Ladrillera Casablanca S.A.” en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. Se enfocó principalmente en la implementación de acciones socialmente responsables para promover el desarrollo competitivo de la organización.

La metodología utilizada fue cualitativa mediante la implementación de una encuesta al público interno de la organización, donde se pudo conocer la dinámica de funcionabilidad, es decir, la capacitación, la comunicación y la difusión de la información que se maneja. Los

resultados obtenidos destacan el impacto positivo de las acciones de la empresa en sus stakeholders y en su planificación estratégica.

En cuanto a los resultados, se obtuvieron diversas estrategias aplicadas con éxito. Se implementaron encuestas telefónicas y análisis permanentes para identificar y resolver quejas o reclamos de manera inmediata y de esta manera garantizar atención de calidad. Asimismo, se concluyó que antes de las prácticas indicadas, no se incluían criterios de responsabilidad social para la selección de proveedores. Un año después, la organización evaluó a 35 de sus 60 proveedores frecuentes bajo estos criterios, lo que representa un 58.3%.

Entre las diferentes estrategias implementadas por parte de la ladrillera las cuales se evidencian en el proyecto de investigación y que sirvieron como referente importante para el proyecto en curso, se encuentran los talleres mensuales para los diferentes colaboradores con la intención de fomentar la unión y empatía entre ellos. Este sirvió como inspiración para plantear diferentes sesiones de talleres dirigidos a fomentar la empatía y el conocimiento frente a problemáticas de inclusión social que permitan que se genere un ambiente con mayor responsabilidad social entre estos espacios, y que a su vez permita un aumento en la equidad y el respeto a la diversidad.

Entre los antecedentes se encontró también el proyecto de investigación desarrollado por Camargo Martínez María (2021) titulado “Propuesta de programa de inclusión laboral para personas con discapacidad visual del municipio de Bucaramanga” donde se menciona una problemática de desempleo en la población con discapacidad visual, en muchos casos por el desconocimiento y la discriminación hacia estos grupos, que, si bien padecen una condición, eso no los limita en sus tareas. La investigación tiene como objetivo diseñar un programa para la

inclusión laboral de las personas con esta discapacidad, para el mejoramiento de sus condiciones de vida.

El propósito de este proyecto es que las personas accedan a un empleo de carácter formal que les pueda garantizar las condiciones necesarias para su desarrollo y desempeño en el mismo. Este proceso se ve conformado por las siguientes fases de: capacitación, práctica laboral, intermediación y acompañamiento.

El método de recolección de los datos fue por medio de una revisión literaria, de la cual existen dos tipos, revisión narrativa y revisión sistemática, junto a una investigación de tipo cualitativa, permitiendo obtener resultados positivos en la inclusión social de personas que tienen las mismas oportunidades. Se obtuvo también una Red de Cooperación entre las entidades a fines a las temáticas de discapacidad y trabajo para propiciar un contexto consciente y amigable hacia la inclusión laboral de personas con discapacidad visual, donde se pueda generar aceptación y actitudes positivas en los actores involucrados.

Este proyecto aporta en esta investigación prácticas de inserción laboral para las personas ciegas, que permitan la intervención de los centros comerciales a partir de la ejecución de políticas que mejoren el acceso a un empleo digno sin importar la condición, teniendo en cuenta habilidades, cualidades y fortalezas en el proceso de selección. Otro aporte importante a este trabajo son las acciones de resolución de conflictos o reclamos, la escucha activa por parte de la administración y los problemas que se atienden, pues son datos utilizados para el desarrollo social de estos espacios y son estrategias que causan un impacto positivo en la comunidad.

2.2 Bases teóricas

Dentro del trabajo investigativo las bases teóricas permiten tener un principio u origen en la investigación, proporcionando el marco conceptual necesario para comprender, observar y abordar el tema. Según Bavaresco (2006) tienen que ver con las teorías que brindan al investigador el apoyo inicial dentro del conocimiento del objeto de estudio. Arias (2012) sostiene que “implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque para sustentar el problema planteado” (p.107).

Las bases teóricas tratadas son conceptos que aportan un contexto de lo que se está investigando en los centros comerciales y las definiciones de la problemática, también, ayudan a diseñar caminos vinculados a la implementación de estrategias de inclusión social en los centros comerciales de la ciudad. Cuando se menciona la inclusión social, se busca la participación de todas las personas sin importar su condición, este concepto se relaciona con las estrategias educativas, que son esas herramientas combinadas con educación y comunicación. Por su parte, los stakeholders tienen la participación directa, son actores fundamentales a la hora de llevar a cabo estrategias y proyectos para mejorar la experiencia de las personas con discapacidad que visitan y están presentes en el centro comercial.

Finalmente, la responsabilidad social y la discapacidad visual son de suma importancia tomarlas en cuenta como bases, pues no solo comprende el valor de los derechos y el reconocimiento de capacidades de las personas con discapacidad visual, sino también del desarrollo de oportunidades donde se les permita acceder integralmente a estos espacios.

Inclusión social

La inclusión social toma fuerzas en los años 90 como un proceso que permita la igualdad de oportunidades, la dignidad y el reconocimiento del valor de las personas, hace referencia a esas acciones que buscan que todos puedan participar en la sociedad sin ninguna distinción, para Moliner (2013) es el proceso de abordar y responder a la diversidad de necesidades, implica cambios, modificaciones, enfoques y estrategias con una visión común.

Sin embargo, es un concepto que viene ligado a la exclusión, pues sin la existencia de esta problemática no habría estrategias que trabajen en cambiar las circunstancias de las personas excluidas, de este modo, la inclusión es un derecho humano y fundamental, donde el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) menciona que todas las personas tienen derecho a contribuir, disfrutar y participar activamente en el desarrollo civil, político, económico, social y cultural, a través de lo cual los derechos humanos y las libertades fundamentales pueden hacerse efectivos.

De igual forma, la Constitución Política de Colombia afirma que: “Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección, el mismo trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades”, por lo tanto, la inclusión social siempre va a buscar mejorar la participación, la oportunidad y la dignidad de las personas que se encuentran en desventaja, según Sarmiento (1998) “la integración social fue sacrificada a favor de la integración sistémica; es decir, se priorizaron los requerimientos funcionales de la acumulación capitalista en detrimento de la cohesión social” (p.3).

La inclusión social basada en la problemática del proyecto de investigación en curso, hace referencia a la importancia de tomar en cuenta e integrar a los grupos de interés con

discapacidad visual en los centros comerciales de Cúcuta, así como, instrumentos que mejoren el Índice de Desarrollo Humano (IDH) para la inclusión de empleabilidad reconociendo sus derechos dentro de la sociedad.

Con el tiempo, el concepto y las representaciones sociales de la discapacidad han cambiado, al igual que el contexto social, encontrando según Bastías, (2019) tres principales paradigmas o formas de pensar sobre el concepto de discapacidad que existieron en la historia y siguen existiendo.

Modelo de prescindencia: En la antigüedad, las personas con discapacidad no tenían valor y estaban destinadas a ser usadas como broma o asignadas para mendigar en algunas situaciones. Con el tiempo, las personas con discapacidad empezaron a ser tratadas de forma pasiva, es decir, sin capacidad para tomar decisiones. Según La Comisión Nacional de Los Derechos Humanos, Dirección de Atención a la Discapacidad (2018).

Modelo de rehabilitación: A medida que la ciencia avanzaba, las personas discapacitadas empezaron a ser objeto de la medicina: un objeto de diagnóstico y rehabilitación. Este modelo apoya la idea de una norma. Cuanto más rehabilitada esté una persona, mejor podrá integrarse en la sociedad. Esta etiqueta médica determina la vida, la educación, el trabajo y la capacidad jurídica y política de las personas con discapacidad. En este modelo se habla de personas con diferentes necesidades especiales específicas que deben ser consideradas para el desarrollo personal y contextual. Según La Comisión Nacional de Los Derechos Humanos, Dirección de Atención a la Discapacidad (2018).

Modelo Social: Según este punto de vista, la discapacidad no es un problema de la persona y sus características, por el contrario, es un problema de nuestras sociedades. La

discapacidad resulta de la interacción de una persona con su entorno, una combinación de las características de una persona y los planes o propuestas de la sociedad en la que vive, sin embargo, la inclusión es el logro de una convivencia justa para cada miembro de la sociedad. Según La Comisión Nacional de Los Derechos Humanos, Dirección de Atención a la Discapacidad (2018).

El paso de la exclusión a la inclusión no se da inmediatamente, es un proceso gradual y exige un compromiso a largo plazo. Empieza con el reconocimiento de los grupos excluidos, superando los estereotipos negativos para crear las condiciones necesarias de igualdad, de oportunidades y movilidad social. Molina (2021).

En términos más generales, la inclusión social tiene como objetivo promover la igualdad, el respeto mutuo y la aceptación de la diversidad en todos los ámbitos de la vida, incluida la educación, el empleo, la salud, la vivienda, la participación política y la cultural. Se trata de crear una sociedad donde todas las personas puedan sentirse valoradas y parte activa de la comunidad, al reconocer las fortalezas que poseen, contribuyendo al desarrollo la misma.

Tomar la inclusión social como base teórica para la investigación en curso, permitió desde su concepto plantear las diferentes estrategias educomunicativas que les permitan a los centros comerciales entender tanto las necesidades de estas, como la importancia de unas políticas de inclusión claras, cuando hablamos de inclusión, hablamos de un trato igualitario y de derribar barreras entre unos y otros. Por lo anterior, es fundamental tener presente dicho concepto para posteriormente partir a trabajar por él.

Estrategias educomunicativas

La educomunicación tiene como énfasis el dialogo y es un proceso de enseñanza vinculada a dos actividades: la comunicación y la educación, para Lara (2001), en América Latina se motiva al uso de la educomunicación como un campo para la transformación e intervención social que pretende la gestión de conocimiento, es decir, la educomunicación se presenta según Hleap (2013) como “una relación interpelante entre saberes diferentes y desigualmente constituidos” (p. 189), pues no niega las diferencias y las desigualdades, sino que las reconoce como una manera de enriquecer los procesos de comunicación

De igual modo, para García & Martínez (2020) “las estrategias educomunicativas son enfoques orientados a transformar los procesos de comunicación en herramientas educativas que promuevan la inclusión, la participación y la concienciación en distintos entornos sociales y organizacionales” (p.45). Por esto se vuelve fundamental su aplicabilidad en diversos entornos que requieran una transformación que permita la mejora en la forma en la que están siendo incluidos diversos grupos.

Sin embargo, para Lema Yungán, (2020), la educomunicación no es, pues, una asignatura, sino un estilo educativo apostado a partir de los nuevos lenguajes surgidos en la sociedad tecno-científica, que dan lugar a la transversalidad y convergencia que toca todos los programas educativos. Por otro lado, para Martínez, et al (2016), cuando se ejecuta este nuevo estilo educativo correctamente puede ayudar además a dirigir la mirada en los principales problemas del mundo, la participación de todas las personas, la defensa de los derechos humanos, la multiculturalidad y la libertad de comunicación.

En el caso particular de los centros comerciales de Cúcuta, con su ejecución se busca la inclusión efectiva especialmente para personas con discapacidad visual quienes presentan grandes desafíos al hacer uso de estos espacios que todavía no cuentan con políticas de RSE cien por ciento efectivas que faciliten su inclusión, que se lleva a cabo mediante la implementación de diálogos que identifique sus necesidades, estrategias que permitan su orientación, herramientas de señalización y las capacitaciones en atención especializada. De ese modo, Cajiao (2013) menciona que: “Comunicarse con otros, es apropiarse de otras experiencias y comprender lo que otros comprendieron en su momento y en sus circunstancias particulares para dar inicio a la construcción de nuevos mundos interiores.” (p. 53).

La educomunicación combinada en estos espacios, se basa en el aprendizaje a través de la participación, la idea es construir mediante la comunicación herramientas pedagógicas que eduquen tanto a las personas con discapacidad para hacer valer sus derechos, como a los demás grupos de interés pertenecientes a estos lugares para identificar esas rutas de inclusión y respeto.

La metodología de estrategias educomunicativas también permite el desarrollo de habilidades de comunicación en los visitantes, facilitando la participación en el desarrollo de actividades, la orientación en los lugares del centro comercial, el apoyo por parte de los grupos de interés internos y oportunidades de empleo. Además, en este concepto esta la realización de alianzas para eventos inclusivos que permiten un diálogo constante con una adaptación continua a las necesidades específicas, fomentando una cultura de respeto y atención informada que fortalece la cohesión social y la participación plena de la comunidad.

Las estrategias educomunicativas permiten fortalecer o diseñar políticas capaces de mejorar la calidad de vida de un grupo de personas en relación con su entorno mediante el estudio de sus necesidades. En la presente investigación buscamos no solamente identificar las

barreras físicas existentes en espacios como los centros comerciales, sino que también buscamos aportar positivamente a la mejora de estas. Por esta razón se volvió fundamental tomar en cuenta la base teórica de estrategias educomunicativas, para la inclusión de herramientas que nos permitan generar un cambio equitativo, positivo y justo para todos.

Stakeholders

Los stakeholders, son grupos de interés o personas interesadas en una organización, que son parte fundamental a la hora de la planificación de una empresa, pues el triunfo o fracaso siempre afectara a estos actores. Este concepto es creado por Freeman (1980) , donde en su libro “Strategic Management: a stakeholder approach” menciona que los stakeholders se deben valorar en distintos sentidos a la hora de realizar un plan de negocio, asimismo, afirma que para que una empresa tenga éxito, tendrá que gestionar adecuadamente a los grupos de interés, Freeman (1984).

Normalmente creemos que solo los dueños o los inversionistas tienen interés en el surgimiento de su organización, pero en realidad, las empresas están a la espera de los grupos que desean tener beneficios o ventajas por parte de ellos. Para algunos autores, como Grunig (1989) y Hallahan (2000) los stakeholders también pueden denominarse claimants, es decir, demandantes o solicitantes. De tal manera, la lista de stakeholders son los accionistas, los colaboradores internos, los clientes, los distribuidores, los proveedores, la comunidad, el gobierno, los medios, la competencia y las asociaciones comerciales.

No obstante, para Trujillo (2013), el concepto de la responsabilidad social ha venido asociada a la teoría de los stakeholders y frecuentemente relacionada con la ética empresarial y la

teoría del bien común conceptualiza de manera literal al significado de las palabras, stake: apuesta; holder: el que sostiene o mantiene. Otros autores han categorizado este concepto en diferentes tipos y características, Clarkson (1994) los clasifica en voluntarios e involuntarios. Los voluntarios tienen algún tipo de riesgo por haber invertido su capital humano o financiero en una empresa y los involuntarios se ponen en riesgo como resultado de las actividades de la empresa.

Por otro lado, Freeman, et al (2007), clasifican a los stakeholders en primarios y secundarios, primarios son aquellos sin los cuales la empresa no podría seguir operando en el mercado González (2010). En cambio, los secundarios no se encuentran directamente relacionados con las actividades económicas de la organización, aunque pueden verse afectados Roitstein (2004).

Sea cual sea su clasificación, los grupos de interés, partes interesadas, stakeholders o actores involucrados, son una parte fundamental en toda administración, permitiendo brindar una orientación de los planes de organización que la empresa pretenda desarrollar, asimismo, siendo personas activas en la dinámica comercial, por eso, es de vital importancia identificar los intereses de estos grupos, para crear transparencia, inclusión, credibilidad y buena imagen en la comunidad.

Tener presentes los grupos de interés y su importancia para las organizaciones nos permite entender mayormente sus necesidades, así como la importancia de su participación en cada una de las actividades. Tomar en cuenta la base teórica de los grupos de interés permite identificarlos y fortalecer el enfoque del trabajo en curso, que es impactar sobre todos los miembros internos y externos de los centros comerciales, donde están incluidos como stakeholders.

Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social Empresarial se entiende como el compromiso voluntario de las empresas de incorporar prácticas éticas, sostenibles y responsables en su gestión, que impacten positivamente tanto a sus empleados, clientes, y comunidades, como al medio ambiente. En este sentido, no debe confundirse con acciones filantrópicas, donaciones o actividades benéficas, ya que estas, aunque valiosas, no están integradas en la operación estructural de la organización ni contribuyen al diseño de políticas sostenibles de largo plazo.

Este enfoque permite resaltar que la RSE no debe considerarse como un conjunto de acciones de caridad o la creación de instituciones, como las organizaciones Corona, Grupo Argos, Bancolombia, Nutresa, Postobón y Sura, que a partir de 1963 comenzaron a crear fundaciones específicas para gestionar sus estrategias de responsabilidad social, estas acciones se enfocaron en el medio ambiente, la educación, la cultura y la beneficencia con grupos marginados o comunidades vulnerables y sus principales campañas fueron creadas en su mayoría con beneficios que no tenían nada que ver con la actividad que desarrollaban, es decir, la fundación Postobón, creo la iniciativa Mi Bici, que entregaba bicicletas a niños de escasos recursos, acciones que si bien son positivas como donaciones, no son prácticas de RSE.

Por eso, es importante dar una claridad acerca de lo que involucra ser socialmente responsable, la gestión de las fundaciones en las empresas son algo que permite tener un enfoque claro y una separación estratégica de las actividades comerciales, así como maximizar el impacto de las acciones que se realicen, sin embargo, en la mayoría su objetivo no esta encaminado hacia la realidad de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial.

En el caso de los centros comerciales de Cúcuta, abordar la RSE desde la perspectiva de la adaptabilidad e inclusión de personas con discapacidad visual implica superar el paradigma asistencialista basado en obras de caridad o alianzas con fundaciones. Este tipo de iniciativas, si bien pueden tener un impacto positivo, no constituyen prácticas de RSE genuinas, ya que no reflejan un cambio en la estructura operativa de las organizaciones ni generan condiciones inclusivas permanentes.

Esta exige que las empresas desarrollen políticas internas y mecanismos que promuevan la accesibilidad y la equidad de forma integral. Por ejemplo, en el caso de las personas invidentes, esto implica implementar señalización en braille, capacitación al personal en atención inclusiva, aplicaciones digitales accesibles, o diseño universal en las infraestructuras físicas. Estas medidas no solo reflejan un compromiso ético, también potencian la competitividad y el impacto social de los centros comerciales.

En Colombia, aunque la RSE ha evolucionado en las últimas décadas y ha sido regulada en parte por normativas como la Ley 361 de 1997 y el Decreto 2011 de 2017 que promueven la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad, aún persiste una visión limitada de asociarla únicamente con acciones benéficas. Este trabajo se aleja de esa interpretación y se centra en demostrar que la verdadera RSE no puede desligarse del diseño de políticas sostenibles y permanentes que favorezcan la inclusión social y económica de todos los ciudadanos, particularmente de aquellos en condiciones de vulnerabilidad.

El éxito de toda empresa involucra el manejo de la RSE, lo que significa el impacto positivo en sus estrategias, las políticas que manejen, los beneficios con la sociedad, las condiciones dignas, y el crecimiento de esta, que al ejercerla va adquiriendo un poder social en la comunidad que opera. Con la RSE se busca el beneficio de los grupos de interés, pero también

de aquellos que aún no hacen parte de lo corporativo, pues están presentes en la comunidad donde ejercen su actividad.

Para Cansino & Morales (2008) “los antecedentes de la responsabilidad Social Empresarial se remontan al siglo XIX, precisamente en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo, que buscaban conciliar eficiencia empresarial con principios sociales” (p.47). Estas percepciones fueron avanzando en el tiempo y con ellas se fueron desarrollando nuevas nociones para definir lo que significa ser socialmente responsables.

De igual manera, Sarmiento (2010) considera la RSE como “una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas” (p.26). Es decir, las organizaciones plantean unas estrategias en beneficio de los grupos de interés y la comunidad donde operan, para generar un impacto positivo con un comportamiento más responsable y justo.

De igual modo, Wood (1991), define Responsabilidad Social Empresarial como la generación de principios y políticas direccionales de la empresa, no necesariamente formales, que sirvan de norte para trazar los objetivos de la misma teniendo en cuenta el impacto que genera en la sociedad. Esas acciones permiten y facilitan el crecimiento de la organización y la permanencia en su sector.

También hay autores que mencionan la importancia de considerar aspectos sociales para favorecer grupos internos y externos sin basarse en las ganancias económicas que se generan, tal como lo menciona, Ducker, (1996) “el rendimiento económico no es la única responsabilidad de una empresa, como tampoco el rendimiento académico es la única responsabilidad de una escuela” (p.80), lo que significa que aunque la economía es fundamental para la sostenibilidad de

la organización, la gestión social con acciones y políticas que respondan positivamente a las necesidades de los grupos de interés generan una permanencia.

Es así que para Flynn & Amit (2004), “la nueva actitud pública con respecto a la actividad empresarial se traduce en mayores exigencias para que esta opere según los lineamientos y estándares de la conducta responsable” (p. 27) Por otro lado, Antelo & Robaina (2015) sostienen que "La RSE es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (p.59), confirmando lo mencionado por los anteriores autores y la importancia de su aplicabilidad en cualquier sector.

Por lo tanto, la RSE responde a unos principios universales según Cajiga (2009) en su libro “Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial”, que son: respeto a la dignidad de la persona, empleo digno, solidaridad, contribución al bien común, con la comunidad, transparencia, equidad, empresarialidad y desarrollo social, entre otros.

Sin importar la visión que se adopte para definir este concepto, lo relevante es que las empresas tengan la necesidad de asumir una conducta socialmente responsable, comprometidos en garantizar una mejor productividad, construir un lugar de trabajo digno, causar un impacto favorable sobre las comunidades y a obtener permanencia en el tiempo de la mano de la comunidad, pues las empresas no funcionan aisladas de la sociedad que las rodea. De hecho, su destreza para competir depende grandemente de las circunstancias de los lugares donde operan.

Para poder investigar acerca de la RSE en cualquier organización es fundamental tener claridad sobre lo que, si representa la responsabilidad social y lo que no, por esta razón incluir este concepto en las bases teóricas es el paso fundamental para partir a investigar políticas en

torno a ella y poder identificarlas con claridad, adicionalmente aportar a su fortalecimiento e innovación de nuevas acciones de RSE.

Discapacidad visual

La discapacidad visual según Medrano (2015), se entiende como la ausencia, deficiencia o disminución de la visión. La palabra es un término relativamente moderno que ha evolucionado junto a las diferentes formas de pérdida de visión y la necesidad de abordarlas específicamente en cuanto a accesibilidad y apoyo, sin embargo, la palabra discapacidad visual existe desde la antigüedad, el término se utilizó más comúnmente en el siglo XX, pues a lo largo de la historia, las personas con discapacidad visual se han enfrentado al estigma, la discriminación y la falta de servicios adecuados.

Con el tiempo, la palabra ganó reconocimiento y comenzó a ser usado cada vez más en contextos académicos, médicos, legales y políticos para describir una variedad de factores que afectan la visión. Esta es una condición en la que el individuo tiene pérdida total o parcial de su vista, este estado puede ser congénito (de nacimiento) o adquirido por enfermedades, lesiones o condiciones médicas, además de clasificarse como sensorial, según la Organización Mundial de la Salud OMS, (2014), la función visual se subdivide en cuatro niveles: visión normal, discapacidad visual moderada, discapacidad visual grave y ceguera.

Así como existen varios tipos, que pueden variar en gravedad y afectar de diferentes maneras la capacidad de una persona para ver, entre ellos están: ceguera total, ceguera parcial, visión borrosa, visión de túnel: se caracteriza por la pérdida de visión periférica, daltonismo, degeneración macular: se refiere al deterioro de la retina y glaucoma, según OMS (2011).

Además, La Organización Nacional de Ciegos Españoles ONCE (2003) define la agudeza visual como la capacidad para percibir la figura y la forma de los objetos, así como para discriminar sus detalles. En este sentido, considera ciego a aquél que no supera una agudeza visual de 1/10 en la escala de Wecker, (criterio médico que establece unos porcentajes en función del déficit visual) con ninguno de sus ojos o cuyo campo de visión sea inferior al 90%.

En la parte social, las personas con discapacidad visual logran integrarse en la sociedad y realizar la mayoría de las actividades junto con el resto de las personas, siempre y cuando se le ofrezcan apoyos específicos. Los apoyos abarcan materiales, personas, estrategias, infraestructura y lenguaje inclusivo para que desarrollen de manera íntegra los objetivos propuestos en el grupo en el que se encuentran.

Por lo tanto, para el Modelo Social de la Discapacidad (1976), la limitación no reside en la persona misma, sino en los obstáculos que la sociedad pone a las personas discapacitadas. Desde esta perspectiva, la discapacidad visual se considera una construcción social que puede aliviarse mediante políticas y prácticas inclusivas.

De acuerdo a esto, Núñez (2001) destaca el hecho de que las necesidades de las personas con discapacidad visual son heterogéneas. Por ello, resalta tres preguntas que nos debemos realizar para adaptarnos a las necesidades de cada individuo, ¿De qué partimos? ¿Qué podemos modificar? ¿Por dónde empezamos adaptar?

Es por eso, que la discapacidad visual y las diferentes barreras que enfrentan las personas que la poseen son las principales razones por las que nace la necesidad de estudiar la implementación de la RSE en los centros comerciales. Su inclusión en las bases teóricas es

importante para comprender su concepto, las estrategias, los pensamientos de diferentes autores y cómo se convierte en una herramienta fundamental y necesaria en las organizaciones.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque metodológico

La investigación es un trabajo metódico pero ingenioso, que se realiza para aumentar el conjunto de conocimientos mediante la recopilación de información, la organización y el análisis para la comprensión de un tema. En el caso que nos ocupa está enfocado en analizar las acciones de RSE de los centros comerciales de la ciudad de Cúcuta como objeto de estudio y cómo se desarrollan las estrategias de inclusión social para personas discapacitadas visualmente. Por lo anterior, se utilizará un enfoque investigativo cualitativo que permita una mejor comprensión de la investigación por la variedad de herramientas implementadas en su uso.

El enfoque cualitativo, según Blasco y Pérez (2007), “Se estudia la realidad en su contexto natural tal como se suceden los fenómenos, tomando e interpretando la realidad de acuerdo con las personas implicadas” (p.32). Lo cual permite entender que mediante este enfoque se obtiene información a partir de una serie de vivencias que engloban a una comunidad o grupo de personas, siendo estas mismas las protagonistas de la recolección de datos.

Considerando los aportes significativos del método expuesto en relación con las necesidades del trabajo, se considera pertinente usarlo, para investigar, analizar y determinar estrategias para responder a el problema que se presenta. Con dicho enfoque, la investigación pretende obtener información de interés para el estudio, como las políticas de responsabilidad

social vigentes en los centros comerciales, dirigidas a la población discapacitada. En el caso puntual de este factor, se estaría hablando de datos netamente cualitativos.

3.2 Diseño metodológico

El diseño metodológico será cualitativo de Investigación-Acción lo que permite la búsqueda, análisis e interpretación de datos sin aplicar antecedentes numéricos o estadísticos, al ser un diseño abierto las técnicas utilizadas son entrevistas, observación, análisis de casos y encuesta de experiencias. Su finalidad es resolver problemas y mejorar prácticas concretas, su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas.

Según Stringer (1999) las tres fases esenciales de los diseños de investigación-acción son: Observar (construir un bosquejo del problema y recolectar datos), pensar (analizar e interpretar) y actuar (resolver problemas e implementar mejoras), las cuales se dan de una manera cíclica, una y otra vez, hasta que el problema es resuelto, el cambio se logra o la mejora se introduce satisfactoriamente.

Creswell (2005) divide a los diseños fundamentales de la investigación-acción en dos clases: Práctico y Participativo.

Tabla 1. Enfoque cualitativo

Fuente: Elaboración propia

Ítem	Enfoque cualitativo
Inicio	Hay una realidad que descubrir
Indicio	La realidad del fenómeno social es la mente. Los individuos construyen la realidad dándole significados.
Datos	Busca la expansión de la información. Los datos provienen del lenguaje natural.
Finalidad	Se busca entender el contexto y/o el punto de vista del actor social.

3.3 Nivel de investigación

Dentro del presente planteamiento se hará uso de la investigación en el nivel explicativo, según Hernández et al. (2014) "La investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; está dirigida a responder las causas de los eventos físicos o sociales" (p.83 -84). Lo anterior evidencia que este tipo de metodología permite comprender no solo el impacto de las estrategias educomunicativas, sino las causas y beneficio de estas dentro del espacio de estudio.

De la misma manera, permite una evaluación mediante entrevista cualitativa para obtener una visión completa del impacto de su implementación, validando su efectividad y el cambio que estas han significado para el público al que van dirigidas.

3.4 Población y muestra

Para determinar la población se identifica cuál va a ser el objeto de estudio, los centros comerciales serán los actores analizados, así como las personas invidentes, la población se sitúa en Cúcuta Norte de Santander, ciudad fronteriza entre Colombia y Venezuela.

Tabla 2. Población y muestra

Fuente: Elaboración propia

Población	Visitantes de los centros comerciales con discapacidad visual en la ciudad de Cúcuta. Así como administrativos de los tres centros comerciales.
Muestra	-10 personas con discapacidad visual en la ciudad de Cúcuta. -1 persona por cada centro comercial, encargada de la Gestión social.

Muestra por conveniencia

Se seleccionan los centros comerciales Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza por el acceso y relevancia en la ciudad, asimismo, por ser los únicos tres centros comerciales de entretenimiento. Para ello, tendremos una muestra no probabilística por conveniencia que significa según Sampieri (2013), elegir según la utilidad del investigador, lo que permite seleccionar arbitrariamente cuántos participantes puede haber en el estudio. Según (Cuesta, 2009) el muestreo no probabilístico es una técnica en la que se recolectan muestras en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población las mismas posibilidades de ser seleccionado.

3.6 Presupuesto

Tabla 4. Presupuesto

Fuente: Elaboración propia

Concepto	Cantidad	Fuente financiadora	Costo unitario	Monto
Pasajes (visitas)	9	Personal	\$2.800	\$25.000
Computadores	2	Propios	\$850.000 \$1,200.000	\$2.050.000
Internet (servicio wifi y datos móviles)	Mes (12)	Personal	\$90.000 \$90.000	\$2.160.000
Microfófono (entrevistas)	1	Propio	\$60.000	\$60.000
Cámaras (celulares)	2	Propios	\$2.700.000 \$1.200.000	\$3.900.000
Fotocopias	15	Personal	\$500	\$7.500
Refrigerios	3	Personal	\$5.000	\$20.000
Total				\$8.402.320

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Esta investigación tuvo distintos instrumentos para la recolección de datos cualitativos dando respuesta a los problemas de los investigadores, donde se tomaron en cuenta cuestionarios y entrevistas con los dos grupos focales; administrativos y personas con discapacidad visual, también el método de observación realizando un análisis del entorno.

El cuestionario

El cuestionario es una técnica de recolección de datos con preguntas abiertas o cerradas utilizada cuando se requiere obtener una información investigativa o probar una hipótesis, según Hurtado (2008) es un conjunto de preguntas relacionadas con el evento estudiado, conformado por una serie de ítems, los cuales deben ser respondidos por los participantes. También se menciona que esta herramienta puede ser utilizada de manera cuantitativa con datos numéricos o cualitativa con escala de valoración. Sin embargo, para Casas, et. al (2003), “el cuestionario es un instrumento básico utilizado en la investigación, que podemos definir como, el documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables, implicadas en el objetivo de la encuesta”. (p.152).

Con este instrumento se pueden identificar las falencias o fortalezas que tienen los centros comerciales en la ciudad de Cúcuta de acuerdo con las opiniones y experiencias de las personas entrevistadas, asimismo, la satisfacción de los visitantes con discapacidad visual a estos espacios, medido por las señalizaciones con lenguaje universal, las capacitaciones para el personal, la inclusión social y la Responsabilidad Social con los grupos de interés.

De igual forma, los cuestionarios según su implementación permiten obtener recomendaciones por parte de los encuestados, con el fin de desarrollar estrategias de inclusión social que continuaran fortaleciendo las prácticas del Responsabilidad Social Empresarial en los centros comerciales de Cúcuta.

La Entrevista

La entrevista es una herramienta utilizada por el investigador para adquirir información de una forma oral y personalizada. Los datos recolectados son de acontecimientos vividos y

aspectos subjetivos de la persona, por lo tanto, Nahoum (1985) cree que es un encuentro de carácter privado, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos, respondiendo a preguntas relacionadas con un problema específico.

Por otro lado, Sierra (1998) asegura que la entrevista es un instrumento eficaz y de gran precisión, puesto que se fundamenta en la investigación humana, aunque cuenta con un problema de delimitación por su uso extendido en las diversas áreas de conocimiento.

Finalmente, se concluye que es un sistema de comunicación que integra tanto al entrevistador como al entrevistado, permitiendo ser una técnica efectiva en la recolección de información abordando más afondo las políticas de (RSE) e identificando la manera de abordar temas tan complejos como lo es la inclusión social en los centros comerciales de la ciudad de Cúcuta.

3.8 Técnica de procesamiento y análisis de datos

Cuestionario

El instrumento se aplicará para el proyecto de investigación titulado: “Estrategias educativas de inclusión social para personas con discapacidad visual, en los Centros Comerciales de una ciudad fronteriza”, que se formula como proyecto de grado en Comunicación Social.

El propósito de este es describir la accesibilidad que tienen las personas discapacitadas visualmente a la hora de ingresar a estos espacios, así como la inclusión que ellos perciben en un enfoque social, integral y físico. La información obtenida tendrá tratamiento de confidencialidad y solo se empleará para fines académicos en esta investigación. El instrumento está dirigido a visitantes de los centros comerciales de Cúcuta, como: Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza.

Se utilizará las estimaciones tipo Likert, por lo cual responda las siguientes preguntas de manera abierta y honesta, considerando una escala que tiene valoraciones de: Siempre (S) es 5, Casi siempre (CS) es 4, Algunas veces (AV) es 3, Casi nunca (CN) es 2 y Nunca (N) es 1.

¿Con que frecuencia considera usted que...?

Tabla 5. Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

Nº	Ítems	Escala de valoración				
		S	CS	AV	CN	N
	I. Inclusión Social					
1	El acceso al centro comercial es sencillo para personas con discapacidad visual					
2	Ha encontrado barreras/dificultades al moverse o realizar actividades dentro del centro comercial					
3	Los servicios o herramientas (como señalética o asistencia personal) le han facilitado su movilidad					
4	El personal le ha ofrecido ayuda para dirigirse algún punto o realizar una actividad. (baño, ascensor, compras, plazoleta de comida, etc.)					
5	El centro comercial le facilita la orientación con señalización tipo braille,					

	constanz, o audio descripción.					
6	La experiencia visitando el centro comercial es satisfactoria					

Los cuestionarios con el fin de tabularlos de mejor manera son transcritos a Google Forms, de acuerdo con las respuestas obtenidas por las personas con discapacidad visual.

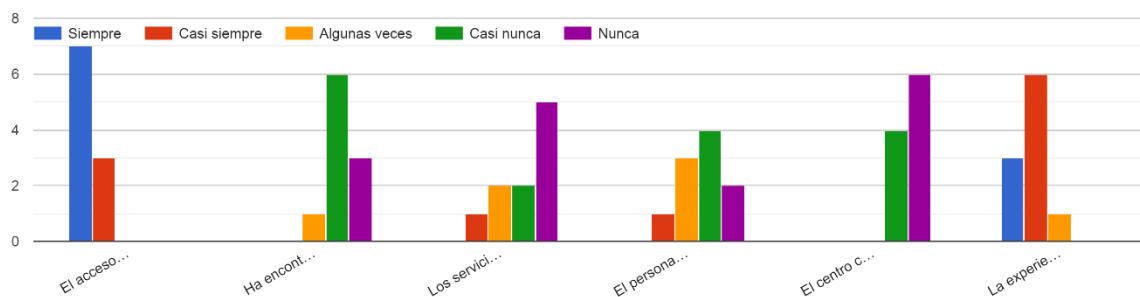
Centro comercial Unicentro

Se aplicó el cuestionario a 4 mujeres y 6 hombres con discapacidad visual obteniendo los siguientes resultados:

Ilustración 1.Resultados Unicentro

Fuente: Elaboración propia

Inclusión social



Como lo muestra la gráfica en el primer ítem, el acceso al centro comercial es sencillo para personas con discapacidad visual, (tres) personas responden Casi Siempre y las otras (siete)

Siempre, reflejándose que los visitantes con discapacidad consideran que tiene un acceso fácil a este espacio que les permite ingresar con comodidad y sin ningún obstáculo.

En el segundo ítem, ha encontrado barreras/dificultades al moverse o realizar actividades dentro del centro comercial, (seis) personas responden que Casi Nunca, (tres) Nunca y (una) persona Algunas Veces, evidenciándose que las personas con discapacidad visual manifiestan que tanto el acceso al centro comercial como su movilidad dentro del mismo les permite realizar sus actividades o desplazarse sin contratiempos.

En el tercer ítem, *los servicios o herramientas (como señalética o asistencia personal) le han facilitado su movilidad*, (cinco) personas responden que Nunca, dos Algunas Veces, (dos) Casi Nunca y (uno) Casi Siempre, identificándose que una de las falencias del centro comercial es no contar con herramientas que permitan la orientación dentro del espacio, ni de personal que pueda facilitar información a las personas con discapacidad visual, cuando sea necesario.

En el cuarto ítem, *el personal le ha ofrecido ayuda para dirigirse algún punto o realizar una actividad* (baño, ascensor, compras, plazoleta de comida, etc.) (cuatro) personas respondieron que Casi Nunca, (tres) Algunas Veces, (dos) Nunca y (uno) Casi Siempre, señalando que no reconocen al personal que pueda brindarles orientación ni información dentro del centro comercial, ni tampoco de su acompañamiento.

En el cuarto ítem, *el centro comercial le facilita la orientación con señalización tipo braille, constanz, audio descripción o personal capacitado*, obteniendo que (seis) personas respondieron que Nunca y (cuatro) que Casi Nunca, indicando que hay ausencia de estas herramientas que pueden servir a las personas con discapacidad visual, no solo en su ubicación

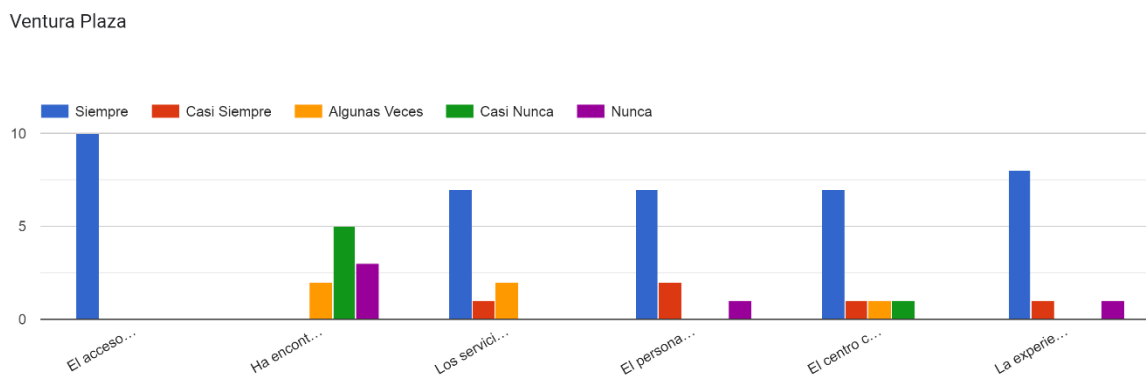
dentro del centro comercial sino también en sus desplazamientos para el desarrollo de cualquier actividad en el mismo.

Finalmente, en el sexto ítem, *la experiencia visitando el centro comercial es satisfactoria*, se obtuvieron las siguientes respuestas de las personas con discapacidad visual, Casi Siempre (seis) personas, Siempre (tres) personas y Algunas Veces (una) persona , lo que permite concluir que a pesar de no contar con todas las herramientas necesarias para su orientación y movilidad, la experiencia es satisfactoria gracias a los sentidos que una persona con discapacidad visual desarrolla, dándole las capacidades necesarias para su auto eficiencia.

Centro comercial Ventura Plaza

Ilustración 2. Resultados Ventura Plaza

Fuente: Elaboración propia



En el primer ítem de la gráfica, *el acceso al centro comercial es sencillo para personas con discapacidad visual*. Las (diez) personas respondieron que Siempre es sencillo ingresar al centro comercial pese a contar con tres pisos, escaleras eléctricas y ascensores, tienen un fácil acceso a sus instalaciones.

Como segundo ítem tenemos, *ha encontrado barreras/dificultades al moverse o realizar actividades dentro del centro comercial*, (cinco) personas respondieron Casi Nunca, (tres) Nunca y (dos) Algunas veces, evidenciándose que al movilizarse dentro del centro comercial para el desarrollo de diferentes actividades las personas con discapacidad visual no encuentran barreras ni dificultades en su acceso.

En el tercer ítem, *los servicios o herramientas (como señalética o asistencia personal) le han facilitado su movilidad*, (siete) personas respondieron que Siempre, (dos) Algunas Veces y (una) Casi Siempre, determinando que el centro comercial cuenta con el apoyo de los vigilantes, personal administrativo y arrendatarios de locales, que brindan ayuda y orientación de ser requerida por los visitantes con discapacidad visual, lo que permite mayor ubicación dentro de sus instalaciones.

En el cuarto ítem, *el personal le ha ofrecido ayuda para dirigirse algún punto o realizar una actividad. (baño, ascensor, compras, plazoleta de comida, etc.)*, (siete) respondieron que Siempre, (dos) Casi Siempre y (una) Nunca, confirmando el compromiso del personal del centro comercial por asistir de manera permanente a sus visitantes con discapacidad visual, evidenciándose la responsabilidad y la inclusión de Ventura Plaza con estos grupos de interés.

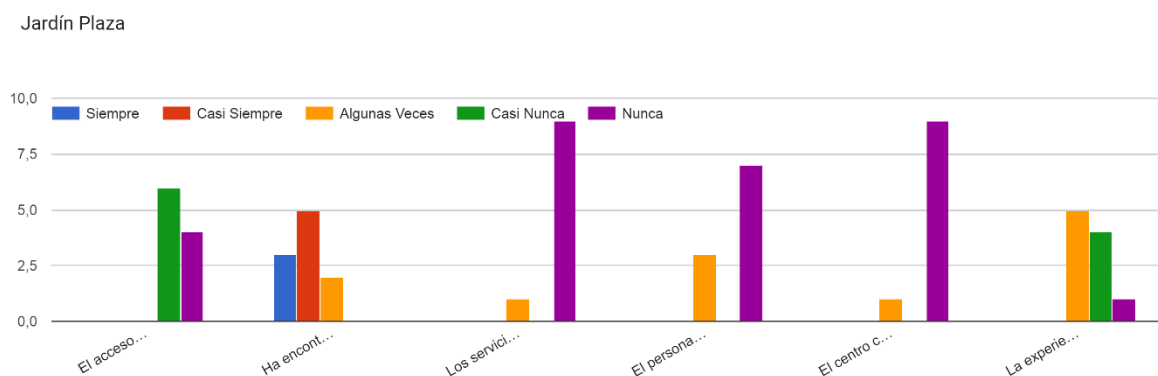
Como quinto ítem, *el centro comercial le facilita la orientación con señalización tipo braille, constanz, o audio descripción*, (siete) personas respondieron que Siempre, (una) Casi Siempre, (una) Algunas Veces y (una) Casi Nunca, reflejándose que a pesar de las variadas respuestas predomina el compromiso por incluir de manera íntegra a las personas con algún tipo de discapacidad, esto se evidencia en el centro comercial con el audio descripción ubicados en sus ascensores, sin embargo, es el único sistema que manejan actualmente.

Finalmente, en el sexto ítem, *la experiencia visitando el centro comercial es satisfactoria*, (ocho) personas confirmaron su satisfacción al visitarlo, (una) Casi Siempre y (una) Nunca, los que permite concluir que pese a tener solo una herramienta de lenguaje inclusivo, el personal se encarga de brindarle a estas personas un espacio agradable y de fácil acceso, manteniéndose la premisa de sentirse parte del centro comercial sin distinción alguna.

Centro comercial Jardín Plaza

Ilustración 3. Resultados Jardín Plaza

Fuente: Elaboración propia



Como lo muestra la ilustración, el cuestionario arrojó los siguientes resultados: *el primer ítem es sencillo el acceso al centro comercial*, pues (seis) personas responden Casi Nunca y (cuatro) que Nunca es fácil el ingreso a este espacio, identificando a través de los resultados que la distancia, el poco personal en pasillos, la señalización inclusiva y su infraestructura son lo que dificultan a las personas con discapacidad visual el ingreso a este espacio.

El segundo ítem, ha encontrado barreras al moverse o realizar actividades en el centro comercial, (cinco) personas señalan que Casi Siempre, (tres) Siempre, (dos) Algunas Veces, confirmando las respuestas del ítem anterior, pese a su concepto abierto, dificulta la ubicación a las personas en esta condición, informando por medio de las entrevistas que sus visitas son poco frecuentes debido a que tienen que ir acompañados.

El tercer ítem, las herramientas como (asistencias personas, señalización) han facilitado la movilidad en el centro comercial, (nueve) personas respondieron que Nunca y (una) Algunas Veces) siendo una respuesta bastante contundente a la hora de identificar la atención del centro comercial en la orientación de estas personas.

Como cuarto ítem, el personal le ha ofrecido ayuda para dirigirse algún punto o realizar una actividad, (siete) personas respondieron que Nunca, (tres) Algunas Veces, manifestando que en este espacio no encuentran a personas que trabajen allí y le brinden algún tipo de ayuda, al ser un espacio tan grande y con diferentes salidas a los parqueaderos, eso dificulta aún más su orientación.

En el quinto ítem, el centro comercial le facilita la orientación con señalización tipo braille, constanz o audio descripción, (nueve) personas dicen que Nunca, (una) respondió que Algunas Veces, concluyendo la falta de lenguaje inclusivo para las personas con discapacidad visual y las pocas herramientas utilizadas para que este grupo pueda gozar de las mismas oportunidades.

Finalmente, el sexto ítem la experiencia visitando el centro comercial es satisfactoria, (cinco) responden que Algunas Veces, (cuatro) Casi nunca y (una) Nunca, tomando como conclusión que pese a sus inconvenientes las personas algunas veces pasan un buen rato en estos

espacios en compañía de sus familias, pero, resulta casi imposible para ellos visitar el centro comercial estando solos, volviendo su experiencia incomoda y poco satisfactoria.

Entrevista a los centros comerciales

El instrumento se aplicará para la investigación titulada: “Estrategias educomunicativas de inclusión social para personas con discapacidad visual, en los Centros Comerciales de una ciudad fronteriza”, que se formula como proyecto de grado en Comunicación Social.

El propósito de esta entrevista es conocer la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del centro comercial en el manejo de la inclusión a personas con discapacidad visual, así como las políticas y estrategias implementadas en general de la RS. La información obtenida tendrá tratamiento de confidencialidad y solo se empleará para fines académicos en esta investigación.

Se realiza la misma entrevista para los tres centros comerciales de la ciudad. (exceptuando Jardín plaza, por negación de la entrevista). A continuación, se presentan las preguntas a realizar:

1. ¿Cuál es la política de responsabilidad social empresarial del centro comercial?
2. ¿Qué iniciativas de RS se han implementado recientemente?
3. ¿Realizan alianzas con organizaciones sociales o comunitarias para desarrollar estas iniciativas?
4. ¿Qué criterios utilizan para evaluar el impacto social de sus acciones?
5. ¿Qué medidas ha implementado el centro comercial para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidades visuales?

6. ¿El centro comercial ha consultado directamente con personas invidentes para mejorar la experiencia de estos usuarios?

7. ¿Cómo se capacita al personal para brindar apoyo adecuado a personas con discapacidad visual?

RESPUESTAS: Las respuestas fueron grabadas en audio para facilitar el diligenciamiento de la misma.

Nombre de la entrevistada:

Sara Gene Sepúlveda – Centro comercial Unicentro- Ingeniera

“La política de Responsabilidad Social Empresarial del centro comercial Unicentro es la búsqueda del éxito comercial de modo que se respeten los valores éticos y las normas, la gente, las comunidades y el medio ambiente obligado a maximizar el impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre la sociedad. En cuanto a las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que se han implementado recientemente tenemos las siguientes:

Responsabilidad Social Empresarial con el medio ambiente, para ello se ha instalado en el centro comercial paneles solares, adicionalmente tenemos unos sistemas de tanques de agua que ellos reciclan las aguas de nuestras fuentes y esas son utilizadas en los baños. También, pues damos cumplimiento a todo lo que tiene que ver con reciclaje, tenemos reciclaje con todas las marcas del centro comercial, adicionalmente tenemos una zona de disposición final de pilas tanto para clientes y empleados de locales, también en el marco de la categoría del medio ambiente.

Tenemos el plan de gestión integral de residuos sólidos y pues dentro de una campaña que se llama un centro que cuida en nuestras redes sociales compartimos tips que permitan disminuir el impacto con el medio ambiente.

Otra categoría de la Responsabilidad Social Empresarial que tiene el centro comercial Unicentro es con el Estado, para ello la gerente del centro comercial forma parte de gremios como FENALCO, la Cruz Roja y mantiene alianzas constantes con la alcaldía y la gobernación, para ello ha sido escenario de actividades dirigidas a la comunidad con estos medios gubernamentales, eventos que son gratuitos para la comunidad en general y a nivel de emprendimientos tienen un impacto económico para ellos, adicionalmente el centro comercial cuenta con una zona de sesión a la cual se le da un buen uso y la mantiene de manera digna para el uso de la comunidad.

Una tercera categoría sería la Responsabilidad Social Empresarial dirigida a clientes y consumidores, para ello, durante todo el año realiza actividades culturales de desarrollo, de esparcimiento, de recreación para niños, jóvenes, adultos sin restricción alguna y también en el marco de esa responsabilidad social fuimos el primer centro comercial pet friendly en la ciudad, es decir que permitimos el ingreso de las mascotas, divulgamos a través de nuestras redes sociales las campañas con el objetivo de que la gente lo visite y pueda participar de todos estos eventos de manera gratuita.

Allí también está inmerso todo lo que tiene que ver con fútbol, somos un centro comercial que tiene su propio fan zone y en el momento en que se están desarrollando los partidos de fútbol el centro comercial es un buen escenario para que los visitantes puedan acceder a él de manera pues gratuita, con aire acondicionado y puedan ver estos partidos y adicionalmente participar en actividades que el centro comercial realiza.

En cuanto a Responsabilidad Social Empresarial en la categoría proveedores, nosotros tenemos un sistema de gestión de calidad certificado y tenemos una relación mutuamente beneficiosa con ellos, el centro comercial tiene 17 años de trayectoria y tenemos proveedores que datan desde sus inicios, tenemos procesos estandarizados de selección, también los calificamos y anualmente les damos una retroalimentación en pleno mejoramiento y la identificación de oportunidades de mejora.

En cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial con los colaboradores, se cumple con todos los requisitos de ley laboral adicionalmente durante todo el año tenemos un plan de capacitaciones, un plan de bienestar y damos cumplimiento al plan de seguridad y salud del trabajo, anualmente desarrollamos una semana de la salud que es una semana completa de esparcimiento, de capacitación, enfocada en la recreación y el deporte, los colaboradores también este año tuvimos la oportunidad de inscribirlo a una competencia de fútbol y fuimos ganadores de la mejor barra, la mejor barra de los participantes.

Tenemos políticas de inclusión laboral, y apoyamos a los colaboradores con capacitaciones constantes. El centro comercial realiza alianzas con organizaciones sociales y comunitarias para desarrollar actividades de responsabilidad social empresarial, este año se han realizado actividades, por ejemplo tenemos alianzas con la Fundación Soñar para el tema de los niños contra el cáncer, tenemos alianzas con las mujeres de cáncer, esta actividad se desarrolló precisamente en este mes de octubre, tenemos alianzas con actividades culturales como exposiciones de ferias, talentos norte, festivales de música andina, festivales de teatro, que permiten desarrollar la responsabilidad social y comunicarla a la comunidad.

El proyecto grande de Responsabilidad Social Empresarial de los paneles solares se hizo a través de un convenio con centrales eléctricas”.

Respuestas:

Nombre de la entrevistada: Gina Eslava Garces – Centro comercial Ventura Plaza-Gestión social

“Nosotros como centro comercial, buscamos responder a ocho grupos de interés, que es lo que la RSE exige básicamente, estado, gobierno corporativo, etc. Desde las diferentes ramas, en este caso gestión social, aporta a cada una de ellas desde diferentes ámbitos.

En este caso, el aporte a la comunidad está siendo un poquito más influyente que pronto veo yo desde otros centros comerciales de la ciudad, porque nosotros tenemos algunos programas que en este caso van dirigidos a la comunidad externa, no tanto los clientes que vienen a comercializar, a conocer, a tener toda esa parte de ocio, sino a realizar un propósito que no sé si ustedes lo conocen, cuando entraron se dieron cuenta de que hay en las escaleritas dice un propósito y una promesa. El propósito es generar momentos de felicidad y la promesa es aquí lo damos todo, entonces nosotros a través de todas estas acciones estamos realizando momentos de felicidad a la comunidad.

A través de nuestros proyectos sociales, de nuestros proyectos de interés y de todo tipo de actividades, estamos realizando como influencia paso a paso, porque sabemos que no vamos a llegar a cambiar todo de la noche a la mañana, entonces estamos buscando de pronto a las poblaciones que realmente no son beneficiadas con ningún tipo de ayuda, sabemos que de pronto hay algunas fundaciones que son más constituidas que otras, entonces estamos buscando

a esos aliados en alianza con la academia, con la nación y en las instituciones públicas o privadas de la ciudad para llegar más allá en esa parte de la influencia.

Entonces creería yo que este 2024 el centro comercial les apuntó absolutamente a todos los grupos de interés y el 2025 pues considera que su política vaya mucho más allá, no sé si ustedes tienen el conocimiento de que nosotros estamos certificados por FENALCO. En este caso por el cumplimiento de todas esas acciones, entonces cada vez vamos aumentando ese diagnóstico que de pronto FENALCO nos solicita a nosotros, entonces ya vamos del primero, ya vamos del segundo y ya estamos a punto de iniciar el tercero que es un paso más a todo lo que es el centro comercial.

Por otro lado, dentro del mes de octubre nosotros tenemos de pronto como un propósito cada mes es revisar como las fechas especiales que hay, dentro de esa estuvo la lucha contra el cáncer de mamá en el mes de octubre, entonces básicamente el centro comercial se vistió de rosa, fue como una estrategia que hicimos no sólo con los invitados, que en este caso son nuestros clientes, sino con los aliados que son los locales del centro comercial, con las personas de seguridad y con el personal de aseo, también el personal administrativo.

Fuimos puerta a puerta en alianza con la liga contra el cáncer, con un folletico, con la información puerta a puerta, bueno el cáncer de mamá es esto, aplica para nosotros, para mujeres, también para hombres, por todo el centro comercial, una jornada completa, también estuvimos en el parqueadero entregando el lacito rosa, para que los vehículos que quisieran y conocieran un poquito más de la actividad, pues se vincularan con un sticker del lacito rosa y lo colocaran en su vehículo, obviamente pues también vestidos todos de rosa, colocamos unos banners en todos los baños, baños de mujeres, baños de hombres y nos dimos cuenta de que causó de pronto revuelo en los hombres.

Ver que esa información se ubicaba en el baño de hombres, “por qué si yo no soy mujer, porque en este caso están colocando algo de cáncer de mamá acá” y pues a veces tenemos la noción o no tenemos la noción de que el cáncer de mamá también le puede dar a los hombres, que tiene otro tipo de condiciones y características, pero también les da él.

Entonces el macro en este caso fue octubre rosa, yendo como les digo, haciendo toda esa sensibilización, hicimos unos videos, las mujeres de la liga vinieron acá, hicieron un baile conmemorativo, bueno fue algo que fue como por días, en este caso octubre rosa, también tenemos como unos programas que mes a mes siempre realizamos, que es volviendo a ser niños e invitados de honor, volviendo a ser niños traemos en este caso adultos, que pues algunos están en asociaciones, otros están ya en hogares pediátricos y pues de pronto que no son los mayores beneficiados ni por su familia ni por el estado, entonces los traemos a compartir una tarde o un día en el centro comercial, una tarde llena de sonrisa, de juegos, de alegría, , esos programas como qué principales intentamos tenerlos siempre en el centro comercial.

FENALCO a nosotros también por estar certificados nos exigen a nosotros cumplir con esos criterios que ustedes nos dicen, entonces por lo menos los ODS han sido algo influyente en el centro comercial, porque esa agenda tiene que estar vinculada a nuestros proyectos, entonces dependiendo el proyecto es como el enfoque que tendríamos, nosotros tenemos un proyecto que se llama Aventura Emprende, que no sé si ustedes se han dado cuenta que se encuentra en el tercer piso en los stands en Puente, en este caso son emprendedores de Norte Santander, que se vincularon desde el más chiquito que de pronto ahora está empezando, hasta el que de pronto ya tiene un escaloncito más.

En alianza con la Cámara de Comercio hicimos ese programa, alrededor de 70 emprendimientos están vinculados, hicieron un programa de inscripción, fue todo un proceso

de inscripción, bueno convocatoria, inscripción, selección, entrevista, y todo para quedar en este caso luego un proceso de formación, comenzar la experiencia Aventura, y como pasito a pasito pues ya llevan bastante tiempo, pues no solo impulsando su marca a través de las ventas, sino también pues dándose a conocer, entonces pues eso es uno de los proyectos que está permanente en el centro comercial, pues de pronto pasan, van, le echan una visita.

Ya un poquito más allá como en la parte social, los vigilantes están capacitados para de pronto poder guiar a las personas con discapacidad visual, si ellos necesitan algún tipo de señalización, si las tienen, cosas así.

Frente a la infraestructura, pues ya sabemos que hay ciertos componentes que permiten el ingreso al centro comercial, ya en este caso pues incluso los guardias de seguridad y el personal de aseo, tanto el personal administrativo, pues desde incluso desde gestión social hemos intentado capacitarlos para que, pues en este caso, para toda la parte de braille y todo eso, pues de pronto no lo hemos hecho tan allá porque pues es algo que de pronto toma su tiempo, sabemos que de la noche a la mañana no podemos, una persona va a aprender (a leer braille y demás, pero en este caso para cómo atender a una persona con discapacidad y más la visual que de pronto es la que más predomina en este caso a las personas que visitan el centro comercial.

Entonces sí hemos realizado de pronto con incluso, no sé si ustedes saben, aquí diagonal a Cinemark hay una persona que tiene un stand que en este caso tiene condición de discapacidad visual, ella está junto frente a Cinemark diagonal, es un emprendimiento, es una artesana, ella se llama Esther, ella en este caso inició con nosotros en un stand, ya lleva dos, yo creo mentira, ya tiene como cinco años, allí ubicada en ese espacio es un stand para ellas ahorita qué pues el centro comercial no le está cobrando, tiene algún contrato, no, está

haciendo, pues vimos todo el esfuerzo que ella hace y es un espacio como de nuestra responsabilidad social, que bueno, ella se lo ganó con su esfuerzo, sabemos que es alguien que ella misma hace sus cosas, ella aprende, ella se conoce ya el centro comercial de arriba hacia abajo.

Ya el personal que hace o las conoce, entonces con ella misma y su fundación hicimos en este caso jornadas de capacitación, cómo atender a una persona con discapacidad, que debe colocarle la mano donde, que no debe ir al lado, que no la va a jalar, que no la va a llevar, que sí va acompañado, pues entonces cómo debe dirigirse a las dos personas para de pronto no generar una susceptibilidad en los dos acompañantes, tanto el acompañante como la persona con discapacidad.

Tenemos el propósito de profundizar más allá, no sólo en la discapacidad visual sino en las demás, pero pues en este caso estamos de pronto generando como una alianza más allá porque la idea es que todos tengan como un conocimiento, un barrido por igual, sí, entonces que una nos diga no, podemos otorgarles las herramientas en esto y ustedes nos otorgan todo el personal, que es lo que tenemos, mejor dicho, son más de 100 personas en esa parte.

Entonces la profundidad de pronto en el braille o cositas así, pues sí está ligada, pero como les digo es más a futuro, pero todas esas estrategias de cómo llevar a la persona, dónde se debe dirigir, cómo se le debe preguntar, de qué manera se le debe preguntar, cómo reaccionar.

Entonces el personal sí se encuentra en ese proceso, se intenta año a año, porque pues a veces se puede olvidar o el personal puede cambiar. Entonces sí se ha intentado pues en este caso hacer como eso y que sea constante y más como les digo, pues la señora Ester de igual manera nos ayuda, otorgando como de pronto al que ve nuevo, al que no lo había escuchado o

algo así, se le acerca y le da como la pequeña inducción, bueno, esta persona usted debe tratarla así, ¿cómo la haría conmigo? Yo ya tengo mucha gente acá, pero de igual manera ¿cómo haría conmigo? Si son todas esas cositas, entonces siento que el centro comercial no está desligado de esa parte, pero sí siento que obviamente puede fortalecer todo eso un poquito más allá y le diría que incluso el otro año se podía llegar algo más a profundidad”.

Análisis de las entrevistas

Las políticas de Responsabilidad Social Empresarial mencionadas por los centros comerciales entrevistados, evidencian que ambos presentan esfuerzos limitados en cuanto a la inclusión de personas con discapacidad. Mismos que se quedan en un nivel superficial, sin una verdadera integración de este grupo vulnerable en sus prácticas y espacios.

En el caso puntual del centro comercial Ventura Plaza, se refirieron directamente en sus respuestas a sus esfuerzos dirigidos específicamente a su público con discapacidad visual, sin embargo, estos únicamente enfatizaron en las capacitaciones que les brindan a sus miembros para garantizar que estos puedan servir como guía para los usuarios. Si bien las capacitaciones son positivas y representan un primer paso hacia la sensibilización del personal, no pueden considerarse suficientes si no se acompañan de una infraestructura que permita a las personas con discapacidad moverse con autonomía dentro del centro comercial.

Por su parte, el centro comercial Unicentro presenta una situación aún más preocupante. Aunque destacan sus medidas ambientales y algunos servicios comunes como la transmisión de eventos deportivos o su política pet friendly, no hacen mención alguna de las personas con discapacidad en sus políticas. Esta omisión es importante, pues demuestra que la inclusión de estas personas no se considera una prioridad dentro de su enfoque de responsabilidad social.

La falta de cualquier medida concreta para garantizar la accesibilidad y comodidad de este grupo vulnerable dentro de sus instalaciones resalta la desconexión entre su discurso y las necesidades reales de las personas con discapacidad. En lugar de fomentar un ambiente inclusivo, Unicentro parece centrarse en aspectos más generales, dejando de lado la inclusión social como un objetivo clave.

Un punto adicional que merece atención es la certificación de Fenalco que ostentan ambos centros comerciales en sus respuestas. Es importante aclarar que Fenalco otorga un sello de reconocimiento que, aunque positivo, no debe confundirse con una certificación real de RSE.

Este reconocimiento no implica una auditoría formal ni el cumplimiento de normativas internacionales en sostenibilidad y responsabilidad social. Para que una empresa pueda demostrar un verdadero compromiso con la RSE, debe ser auditada bajo estándares internacionales como las normas ISO 26000 o SA 8000, que validan las prácticas efectivas en áreas de sostenibilidad y responsabilidad social. Por lo tanto, el sello de Fenalco, aunque simbólico, no garantiza que las prácticas de los centros comerciales sean auditadas ni que estén alineadas con las mejores prácticas internacionales.

Ambos centros comerciales, aunque con diferentes enfoques, se quedan en una medida superficial, sin avanzar hacia una integración real y efectiva de este grupo vulnerable. Para que sus políticas de RSE sean verdaderamente inclusivas, es necesario que ambas empresas adapten sus infraestructuras, sensibilicen a sus empleados de manera más profunda y sean auditadas bajo normativas que realmente validen su compromiso con una inclusión social efectiva. Solo de esta manera podrán garantizar que su responsabilidad social vaya más allá de medidas simbólicas y se traduzca en un impacto real para las personas.

CAPITULO IV RESULTADOS

En el proceso de investigación, se analizaron los niveles de inclusión y accesibilidad en los centros comerciales Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza de la ciudad de Cúcuta, en relación con sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial. Por lo cual se logró identificar prácticas existentes y áreas de mejora.

Se identificó una falta de acciones claras de RSE en particular, en relación con los visitantes con discapacidad visual. Ninguno de los centros comerciales cuenta con políticas estructuradas de RSE que contemplen estrategias inclusivas dirigidas a este grupo de población. Lo que evidencia una clara dificultad tanto en accesibilidad como en su movilidad.

Aunque el centro comercial Ventura Plaza implementa ciertas capacitaciones básicas para su personal de seguridad y limpieza con el objetivo de asistir a personas con discapacidad visual, carece de recursos físicos clave como señalización en braille, mapas táctiles o rampas accesibles. El centro comercial Unicentro, por su parte, prioriza iniciativas ambientales, pero no cuenta con recursos o estrategias específicas para visitantes con discapacidad visual. El centro comercial Jardín Plaza presenta un rezago significativo al no tener políticas de accesibilidad evidentes ni recursos básicos para la inclusión.

Los visitantes con discapacidad visual reportan sentirse inseguros, incómodos y con una autonomía limitada dentro de los centros comerciales debido a la falta de señalización adaptada y personal capacitado de manera específica. Aunque en Ventura Plaza se destacan actitudes positivas por parte del personal, los usuarios consideran que esto no es suficiente para garantizar una experiencia inclusiva. En Unicentro y Jardín Plaza, las percepciones son más negativas, lo que refleja un mayor nivel de insatisfacción.

Un factor fundamental que es importante resaltar es el hallazgo de que, en los tres centros comerciales, la RSE tiende a percibirse como una actividad orientada exclusivamente a la sostenibilidad ambiental, sin un enfoque claro en mejorar la calidad de vida de los grupos de interés, como las personas con discapacidad visual. Adicionalmente, los centros comerciales consideran que recibir reconocimientos por parte de empresas externas es suficiente para ser considerados "socialmente responsables", sin realizar esfuerzos significativos para incluir a este grupo en sus políticas.

Las políticas de inclusión actuales, al carecer de objetivos claros y mecanismos de retroalimentación, no logran generar un impacto significativo en la percepción ni en la experiencia de los usuarios con discapacidad visual. La falta de métricas de evaluación y de estrategias bien definidas impide que los centros comerciales adapten y mejoren sus políticas de manera efectiva. Aunque existen esfuerzos aislados, estos no han alcanzado un nivel de impacto que fomente una cultura inclusiva real que les permita a estos espacios impactar positivamente en la sociedad.

Estrategias propuestas.

Los resultados permiten generar unas estrategias en la búsqueda de un entorno más inclusivo y accesible, resulta fundamental desarrollar espacios públicos que respondan a las necesidades de todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad visual. Este enfoque no solo contribuye a una sociedad más equitativa, sino que también promueve la autonomía y la participación activa de diversos grupos en la vida pública. La implementación de estrategias específicas para mejorar aspectos clave como la accesibilidad, el desplazamiento y la manera en que se utilizan espacios como centros comerciales, sin que esto suponga un esfuerzo adicional

para las personas con discapacidad, representa un paso esencial hacia la creación de entornos verdaderamente inclusivos.

Estas estrategias planteadas abarcan desde la instalación de señalización en braille y mapas hápticos, hasta la capacitación del personal en atención inclusiva, el desarrollo de infraestructuras adaptadas y la creación de canales de comunicación para una retroalimentación continua. Cada acción responde a una necesidad identificada que busca no solo eliminar barreras físicas, sino también transformar la experiencia de quienes interactúan con estos espacios, impulsando una cultura de respeto y reconocimiento de la diversidad.

Tabla 6. Estrategias propuestas

Fuente: Elaboración propia

Estrategia	Objetivo	Descripción	Acciones
Señalización y Orientación Inclusiva	Facilitar el acceso y circulación de personas con discapacidad visual.	Implementar señalización en braille y mapas hápticos en áreas clave para mejorar la orientación.	1. Instalar mapas táctiles y puntos de información en braille. 2. Implementar señalización en

			braille en puertas y ascensores. 3. Crear una aplicación móvil con mapas de audio.
Capacitación en Atención Inclusiva	Mejorar la atención para personas con discapacidad visual, garantizando un trato informado.	Capacitar anualmente a todo el personal en técnicas de guía y atención inclusiva para visitantes con discapacidad visual.	1. Realizar sesiones de capacitación con asociaciones de personas con discapacidad visual. 2. Organizar talleres prácticos de atención inclusiva. 3. Crear una certificación de Personal Inclusivo
Línea Directa de Retroalimentación	Recibir retroalimentación continua y responder a las necesidades de accesibilidad.	Establecer un canal de comunicación (WhatsApp o email) para opiniones, asistencia y propuestas de usuarios.	1. Asignar un equipo para gestionar esta línea y responder rápidamente a solicitudes. 2. Implementar encuestas regulares para evaluar satisfacción. 3. Publicar los resultados en boletines internos.
Alianzas para Eventos Inclusivos	Promover la inclusión y aumentar la visibilidad de la accesibilidad en los centros comerciales.	Colaborar con asociaciones de discapacidad visual para organizar eventos mensuales de sensibilización.	1. Realizar un “Día de la Inclusión” mensual con visitas guiadas y demostraciones. 2. Invitar a expertos para charlas sobre inclusión.

			3. Documentar eventos en redes sociales.
Desarrollo de Infraestructura Accesible	Adaptar la infraestructura para mejorar la accesibilidad física.	Evaluar y mejorar áreas de accesibilidad física como rampas, pasamanos y áreas de descanso.	1. Instalar rampas y asegurar accesibilidad en pasamanos. 2. Colocar áreas de descanso táctiles en puntos clave. 3. Realizar una auditoría anual de accesibilidad.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial de los centros comerciales de Cúcuta, permitió identificar que, aunque algunos recursos de accesibilidad han sido implementados, aún existe un área de oportunidad considerable para fortalecer el enfoque inclusivo hacia personas con discapacidad visual. Se constató que los elementos de accesibilidad,

tales como señalización en braille, rampas y capacitaciones para el personal, tienen un impacto significativo en la experiencia de los usuarios con discapacidad visual, promoviendo un entorno inclusivo y respetuoso. Sin embargo, la adopción de estas prácticas es desigual entre los centros comerciales analizados. En el caso de Ventura Plaza, si bien existen medidas iniciales como entrenamientos básicos para el personal, estas acciones resultan insuficientes para cubrir completamente las necesidades de accesibilidad.

Unicentro ha dado prioridad a iniciativas relacionadas con la sostenibilidad ambiental y actividades culturales, dejando de lado aspectos fundamentales de inclusión para personas con discapacidades. Este enfoque fragmentado sugiere que la inclusión de estas personas no ha sido integrada de manera plena en su estrategia de RSE. Lo que a su vez nos lleva a concluir que el centro comercial no tiene muy claro lo que significa la responsabilidad social empresarial y la forma en que realmente esta debería impactar sobre sus usuarios.

La RSE no solo implica gestionar el impacto ambiental de las operaciones, sino también promover un entorno inclusivo y accesible para todos. Esto implica reconocer que sus políticas deben responder a las necesidades sociales de la comunidad en su conjunto, fomentando el respeto, la igualdad y la empatía hacia todos sus miembros, independientemente de sus condiciones. Un modelo inclusivo que realmente abarque estos principios fortalecerá la relación entre los centros comerciales y la comunidad, contribuyendo a un desarrollo sostenible que beneficie a toda la sociedad.

Por último, Jardín Plaza representa un desafío mayor. Los usuarios con discapacidad visual mencionaron que acceder a este representa una experiencia particularmente desafiante debido a la ausencia de recursos de accesibilidad y de señalización adecuada. Esta falta de consideración hacia las necesidades de sus usuarios no solo limita su experiencia dentro del

centro comercial. Esto también refuerza un entorno poco inclusivo. La situación se ve agravada por la falta de un canal de comunicación abierto con la administración del centro comercial, debido a que Jardín Plaza declinó participar en una entrevista para discutir estas problemáticas. Esta negativa sugiere una falta de compromiso en abordar o escuchar activamente las necesidades específicas de todos sus visitantes, evidenciando una brecha en la aplicación de políticas que realmente promuevan la inclusión.

En general, se concluye que, si bien los centros comerciales de Cúcuta han comenzado a implementar prácticas de responsabilidad social, se requiere una visión más integral y comprometida con la inclusión real de todos los grupos de la comunidad. El desarrollo de estas políticas no solo contribuiría a un entorno más justo y accesible, también fortalecería la relación de estos centros comerciales con la comunidad local, generando un modelo alineado con las necesidades sociales y promoviendo una ciudad más inclusiva.

Recomendaciones

Tabla 7. Recomendaciones

Fuente: Elaboración propia

Centro Comercial	Observaciones y Buenas Prácticas	Recomendaciones de Mejora
Ventura Plaza	- Cuenta con iniciativas de RSE como el programa "Aventura Emprende" para emprendedores locales.	- Señalización accesible: Incorporar señalización en braille y mapas hápticos en puntos clave (entradas, baños, escaleras, y

	- Organiza eventos inclusivos con asociaciones y fundaciones. - Personal de seguridad y limpieza con entrenamiento básico para asistir a personas con discapacidad visual.	ascensores) para mejorar la orientación de personas con discapacidad visual. - Capacitación avanzada para el personal: Fortalecer la capacitación en temas de accesibilidad, profundizando en técnicas de guía y atención inclusiva hacia personas con discapacidad visual y garantizar que todos los colaboradores, incluyendo personal de seguridad y de aseo, reciban esta formación anualmente. - Evaluación de accesibilidad: Establecer una línea de retroalimentación con usuarios invidentes para identificar áreas de mejora y ajustar las medidas de inclusión de acuerdo con sus necesidades específicas.
Unicentro	Fomenta la inclusión con eventos culturales y recreativos abiertos a todos. - Primer centro comercial pet-friendly en Cúcuta, muestra de apertura e innovación. - Realiza alianzas para eventos sociales y culturales que benefician a la comunidad. Sin embargo, no cuenta con políticas encaminadas únicamente a la inclusión de discapacidad visual.	- Señalización en braille y accesos adaptados: Aumentar la accesibilidad física mediante la instalación de señalización en braille en ascensores y en entradas principales, adicionalmente asegurar que los caminos sean accesibles para personas con discapacidad visual. - Personal de orientación accesible: Asignar personal capacitado en puntos de entrada clave para asistir a personas con discapacidad visual, especialmente en días de alto flujo de visitantes. - Evaluación continua de accesibilidad: Implementar un sistema de evaluación periódica de las necesidades de accesibilidad en coordinación con asociaciones de personas invidentes para mejorar la experiencia en el centro comercial.
Jardín Plaza	- No accedió a la entrevista y no se observan medidas de inclusión significativas según personas encuestadas.	- Accesibilidad general: Implementar urgentemente rampas y pasamanos adecuados, así como señalización en braille en áreas clave como baños, ascensores y salidas de emergencia.

		- Capacitación en accesibilidad para el personal: Introducir programas de capacitación inclusiva para todo el personal, orientados a la atención de personas con discapacidades visuales, y crear conciencia sobre la importancia de la inclusión. - Desarrollo de una política de RSE inclusiva: Formular y comunicar una política de Responsabilidad Social Empresarial enfocada en la inclusión de personas con discapacidad, con estrategias claras para mejorar la accesibilidad y el trato igualitario en sus instalaciones.
--	--	--

Anexos

Anexo 1: Consentimientos



-Voluntariedad: La participación es completamente voluntaria, y usted podrá desistir en cualquier momento sin que esto le ocasione perjuicio alguno.

-Uso de la información: La información proporcionada se utilizará exclusivamente en el marco del presente proyecto de grado y no se divulgarán datos personales sin autorización.

AUTORIZACIÓN

He leído y comprendido la información presentada en este documento. De manera consciente y voluntaria, autorizo a los responsables del estudio el uso de la información con fines académicos e investigativos, garantizando la estricta confidencialidad de los datos personales proporcionados.

DOY EL CONSENTIMIENTO para la aplicación y uso de los datos de la entrevista:

Sí ☒ No ☐

Nombre y apellido: Gina Catalina Eslava Garcés.

Firma: Gina Eslava.

Fecha: 05/11/2024.

Agradecemos su valiosa participación, la cual es fundamental para nuestra investigación y para contribuir a la comunidad académica y social.



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244476
www.unipamplona.edu.co

2



-Voluntariedad: La participación es completamente voluntaria, y usted podrá desistir en cualquier momento sin que esto le ocasione perjuicio alguno.

-Uso de la información: La información proporcionada se utilizará exclusivamente en el marco del presente proyecto de grado y no se divulgarán datos personales sin autorización.

AUTORIZACIÓN

He leído y comprendido la información presentada en este documento. De manera consciente y voluntaria, autorizo a los responsables del estudio el uso de la información con fines académicos e investigativos, garantizando la estricta confidencialidad de los datos personales proporcionados.

DOY EL CONSENTIMIENTO para la aplicación y uso de los datos de la entrevista:

Sí (X) No ()

Nombre y apellido: Sara Yasmín González Sepúlveda

Firma: [Firma]

Fecha: 29 oct 2024

Agradecemos su valiosa participación, la cual es fundamental para nuestra investigación y para contribuir a la comunidad académica y social.



SC CEJ08040

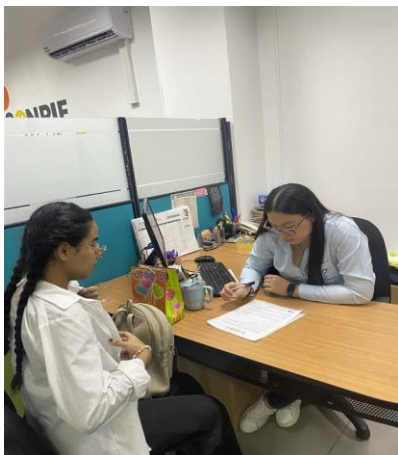
"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tel: (+57) 3132629495 - 3162244475
www.unipamplona.edu.co

2

Consentimiento Unicentro y Ventura Plaza

Anexo 2: Fotografías



Entrevista Ventura



Cuestionarios



Cuestionarios



Cuestionarios



Entrevista Unicentro

Referencias bibliográficas

- Arias, F (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica. Caracas, Venezuela: Episteme C.A.
- Arias, W; Domínguez, S; Docarmo, L; Raschio, P. (2016) Presentación de un inventario para valorar la percepción comunitaria de la responsabilidad social empresarial (RSE). Revista Ciencias Estratégicas. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151352655006.pdf>
- Avaría A. (2001). Discapacidad: Exclusión / Inclusión. Revista Mad.
- Bavaresco, A. (2006). Proceso metodológico en la investigación: Cómo hacer un Diseño de Investigación. Maracaibo, Venezuela. http://biblioteca.bcv.org.ve/cgi-win/be_alex.exe?Autor=Bavaresco+de+Prieto,+Aura&Nombrebd=bcv_interne
- Cajiao, F. (2013). “Leer para comprender escribir para transformar” (págs. 53-62). Ministerio de Educación Nacional.
- Cajiga, J (2015). El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial RSE. Centro Mexicano para la Filantropía https://www.academia.edu/15258953/EL_CONCEPTO_DE_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL_RSE_Juan_Felipe_Cajiga_Calder%C3%B3n
- Cansino, J y Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Santiago: departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile. [file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20(1).pdf)

Carvajal O. (2021). A los ciegos no les va muy bien a la hora de desplazarse por Cúcuta. Noticias De Norte De Santander, Colombia Y El Mundo.
<https://www.laopinion.co/premium/cucuta/los-ciegos-no-les-va-muy-bien-la-hora-de-desplazarse-por-cucuta>

Cruz, A. (2022) Promoviendo Los Derechos Y Deberes De Las Personas Con Discapacidad Visual. Universidad Mayor De San Simón Facultad De Ciencias Sociales Dirección De Posgrado Facso.
<http://ddigital.umss.edu.bo/bitstream/123456789/35612/1/trabajo%20final%20DPSPVV2%20Cruz%20Gonzales%20Alejandra.pdf>

Freeman, R (1984). Strategic management: a stakeholder approach. Marshfield (Maryland): Pitman

Gallo, C. (2013). Gran Estación es modelo de RSE entre los centros comerciales. Diario La República. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/gran-estacion-es-modelo-de-rse-entre-los-centros-comerciales-2054171>

González, C. (2010). E-Stakeholders: una aplicación de la teoría de los stakeholders a los negocios electrónicos. Estudios Gerenciales. Pg. 39-57.

Lema, J (2020). La Educomunicación y el proceso de enseñanza aprendizaje en la Unidad Hispano América de la Ciudad de Ambato. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1793>

Lemus J; Carrascal F. (2020). Las acciones de responsabilidad social empresarial en Colombia. Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro.

<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/view/2525/2965>

Martínez-Salanova Sánchez, E. (2016). Educomunicación: los dilemas y retos en un mundo de comunicación global. Artículo, El País de Las Aulas.

<https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/12325/Educomunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=2>

Molina, C. (2021). La inclusión social, un compromiso a largo plazo. Blogs del Banco Mundial. <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/la-inclusion-social-un-compromiso-largo-plazo>

Montañez, G. Gutiérrez S (2014) Las prácticas responsables desde la teoría los grupos de interés en las pequeñas y medianas empresas. Universidad Autónoma Indígena de México. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46131111003.pdf>

Pérez, G (2020) Diseño de proyectos sociales, aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación. Editorial Narcea https://issuu.com/burrote/docs/copia_de_diseo_de_proyectos_sociales

Quiroz, D (2022) Inclusión laboral de las personas con discapacidad en el centro comercial Comecsa. Universidad Estatal Península de Santa Elena [https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10064#:~:text=Quiroz%20Borbor%2C%20Diana%20Estefan%C3%ADa%20\(2023,69p.](https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10064#:~:text=Quiroz%20Borbor%2C%20Diana%20Estefan%C3%ADa%20(2023,69p.)

Rodriguez B; Massoud H; Vergara A. (2023). Responsabilidad Social Empresarial: Evolución Del Término Desde 1953 Hasta La Actualidad. Revista Saberes.
<https://portal.amelica.org/ameli/journal/223/2234308010/2234308010.pdf>

Roitstein, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. Academia. Revista Latinoamericana de Administración. Pg. 5-28
<https://www.redalyc.org/pdf/716/71603202.pdf>

Roldán, M. (2022). Colombia necesita fijar su mirada en las personas ciegas y con baja visión. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/contenido-comercial/colombia-necesita-fijar-su-mirada-en-las-personas-ciegas-y-con-baja-vision-712194>

Sarmiento, (2010) Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. Revista en Línea.
<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/downloads/dialnet-gestionEstrategicaClaveParaLaresponsabilidadSocial-3990453.pdf>.

Sarmiento, J. (2020). Exclusión social y ciudadanía política: perspectivas de las nuevas democracias latinoamericanas. Última Década
<https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/UD/article/view/56238>