

La comunicación corporativa de la RSE como estrategia de promoción de bienestar y productividad en el sector público

Maryan Jenire Gómez Flórez
Código estudiantil: 2022290425772

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar el título de:
Especialista en Gerencia Social

Tutor:
Marcela Flórez Romero

RESUMEN

La administración municipal de Toledo, situada en el Norte de Santander, constituye una entidad del ámbito público que ostenta la autoridad máxima dentro del municipio. Esta entidad se encarga de gestionar los recursos económicos, ambientales y sociales con el propósito de impulsar el desarrollo local mediante diversas acciones. Para lograr esto, opera con un equipo eficiente y dedicado que aborda sus responsabilidades en distintas áreas operativas. Por tanto, es esencial promover el bienestar y la calidad de vida de estos colaboradores. En 2021 implementar un plan de bienestar e incentivos para sus empleados, con el objetivo de contribuir al desarrollo personal, la equidad, la justicia, la sinergia, la coherencia, la articulación, la objetividad y la transparencia. No obstante, aún existen limitaciones en cuanto a la promoción de buenas prácticas laborales. El presente trabajo aborda la importancia de la aplicabilidad de la Comunicación Corporativa como herramienta clave para la promoción de Responsabilidad Social Empresarial, de modo que las organizaciones en particular las de sector público sean beneficiadas con estrategias generadoras de bienestar y productividad, centrándose en abordar los públicos internos desde aspectos como: prácticas laborales, derechos humanos, participación activa, gobernanza institucional, medio ambiente, entre otros que establece la Norma ISO 2600 de la RSE. Esta investigación planteo como objetivo general desarrollar una estrategia de comunicación corporativa de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en la alcaldía de Toledo.

A su vez, sustento su quehacer investigativo en función de las particularidades del asunto y los propósitos establecidos. con una metodología cualitativa, un paradigma interpretativo a través de un diseño de observación participante, debido a que involucrarse en el entorno laboral de esta alcaldía facilitará la comprensión del impacto y la relevancia de introducir iniciativas de Responsabilidad Social

Empresarial (RSE) entre los colaboradores. En cuanto a los resultados de la investigación, en lo referente a las iniciativas internas de RSE, se observa la ausencia de una unidad de recursos humanos dedicada a liderar estas actividades. La supervisión del personal recae en la secretaría general, lo que dificulta llegar a todos los colaboradores con responsabilidades internas para fomentar su bienestar y productividad. Solo se dispone de un documento que establece un plan de bienestar e incentivos datado en 2021, con el propósito de elevar el rendimiento de todos los empleados, basándose en la búsqueda del bienestar y la eficiencia laboral. No obstante, estas acciones se restringen únicamente al personal con contratos permanentes, atendiendo a aspectos como el otorgamiento de vacaciones y la facilitación de encuentros asociativos. Por otro lado, el efecto derivado de la falta de implementación de acciones de RSE en la alcaldía de Toledo revela que, a pesar del rendimiento óptimo de los colaboradores en la institución, existen lagunas en términos de satisfacción con su bienestar y sentido de pertenencia. Esto se debe a la falta de enfoque en espacios que fomenten prácticas laborales adecuadas, respeto a los derechos humanos y participación activa en la organización. Por último, La institución dispone de medios tanto informales como formales para la divulgación de información interna. Estos incluyen una base de datos de correos electrónicos, grupos de trabajo focalizados por oficinas en WhatsApp y un tablón de anuncios informativo. Además, cuenta con el respaldo de un profesional en comunicación social, quien desarrolla la estrategia de comunicación para sensibilizar y fomentar la RSE, así como las acciones colaborativas. Esto tiene como finalidad garantizar el bienestar laboral de los empleados y, al mismo tiempo, proporcionar a la entidad beneficios en términos de mayor productividad.

Palabras clave: comunicación corporativa, RSE, estrategia de comunicación y comunicación estratégica.

ABSTRACT

The municipal administration of Toledo, located in the North of Santander, constitutes an entity of the public sphere that holds the highest authority within the municipality. This entity is in charge of managing economic, environmental and social resources with the purpose of promoting local development through various actions. To achieve this, it operates with an efficient and dedicated team that addresses its responsibilities in different operational areas. Therefore, it is essential to promote the well-being and quality of life of these collaborators. In 2021, implement a wellness and incentive plan for its employees, with the aim of contributing to personal development, equity, justice, synergy, coherence, articulation, objectivity and transparency. However, there are still limitations regarding the promotion of good labor practices. This paper addresses the importance of the applicability of Corporate Communication as a key tool for the

promotion of Corporate Social Responsibility, so that organizations, particularly those in the public sector, are benefited with strategies that generate well-being and productivity, focusing on addressing the public internal issues from aspects such as: labor practices, human rights, active participation, institutional governance, environment, among others established by the ISO 2600 CSR Standard. This investigation raised as a general objective to develop a corporate communication strategy for the promotion of Corporate Social Responsibility in the Toledo mayor's office.

In turn, I support their investigative work based on the particularities of the matter and the established purposes. with a qualitative methodology, an interpretative paradigm through a participant observation design, because getting involved in the work environment of this mayor's office will facilitate the understanding of the impact and relevance of introducing Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives among collaborators. Regarding the results of the investigation, regarding internal CSR initiatives, the absence of a human resources unit dedicated to leading these activities is observed. The supervision of the staff falls on the general secretariat, which makes it difficult to reach all employees with internal responsibilities to promote their well-being and productivity. There is only one document that establishes a wellness and incentive plan dated 2021, with the purpose of raising the performance of all employees, based on the search for well-being and work efficiency. However, these actions are restricted solely to personnel with permanent contracts, attending to aspects such as the granting of vacations and the facilitation of associative meetings. On the other hand, the effect derived from the lack of implementation of CSR actions in the Toledo mayor's office reveals that, despite the optimal performance of the employees in the institution, there are gaps in terms of satisfaction with their well-being and sense of belonging. This is due to the lack of focus on spaces that promote adequate labor practices, respect for human rights, and active participation in the organization. Lastly, the institution has both informal and formal means for disclosing internal information. These include an email database, office-focused working groups on WhatsApp, and an informational bulletin board. In addition, it has the support of a professional in social communication, who develops the communication strategy to raise awareness and promote CSR, as well as collaborative actions. The purpose of this is to guarantee the labor well-being of employees and, at the same time, provide the entity with benefits in terms of greater productivity.

Key Words: corporate communication, CSR, communication strategy and strategic communication.

Referencias Bibliográficas

1. Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Editorial Netbiblo.
2. Avellán, N., Avellán, B. (2023). Marketing y Gestión Responsable en Ecuador. Un análisis desde la perspectiva del neologismo de la posverdad.

- Publicado en http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072023000100227&lang=es
3. Azuero, A. et al., (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. Publicado en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032022000200204&lang=es
 4. Bartoli, A. (1992). Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada. Barcelona: Paidós Empresa.
 5. Buitrago, J. (2021). La comunicación corporativa de la responsabilidad social empresarial (RSE): el caso de las empresas de la provincia Sabana Centro de Cundinamarca, Colombia. Publicado en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512021000200097&lang=es
 6. Capriotti, P. (1998). La Comunicación Interna. Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo (Argentina), N. 13, diciembre 1998, pp. portada y 5-7.
 7. Capriotti, P., Zeler, I. (2018). Comunicación de la responsabilidad social empresarial de las empresas de América Latina en Facebook: estudio comparativo con las empresas globales. Publicado en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852020000200007&lang=es
 8. Castro, D. (2020). Percepciones sobre las acciones de Responsabilidad Social Universitaria en el Programa de Trabajo Social de la UFPS. Publicado en <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/4192>
 9. Correa, M., S. Flynn y A. Amit. 2004. Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile. ISSN impreso 1564-4189 ISSN electrónico 1680-8886.
 10. Garcia, O. (2013). La responsabilidad social empresarial y el papel de las empresas en la construcción de sociedad. Vol. 4 N° 1, 121-134. Publicado en <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v4n1/2027-5692-sdn-4-01-121.pdf>
 11. Hernández, S. et al., (2010) Metodología de la Investigación. Metodología de la investigación. Quinta edición. México: McGrawHill.
 12. Lizcano, J., Moneva, J. (2004) Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
 13. Lobillo, G., Paniagua, F. (2023). Estudio de la estrategia comunicativa en Instagram de las startups deportivas en España 2023. Publicado en http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86342023000100085&lang=es
 14. Lorenzoni, L. (2023). Responsabilidad social empresarial en la jurisprudencia de la Corte Constitucional colombiana: dimensiones de obligatoriedad en la voluntariedad. Publicado en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-05792021000100347&lang=es

15. Massoni, S. (2007). Modelo de Comunicación Estratégica1: Tres movimientos y siete pasos. Publicado <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-%20Comunicaci%c3%b3n%20estrat%c3%a9gica.pdf>
16. Morales, F., Jarne, J. (2022). Divulgación de informaciones corporativas en las website de empresas cotizadas mexicanas: estado de situación y evolución. Publicado en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882022000300069&lang=es
17. Pérez, R. & Massoni, S. (2009). Hacia una teoría general de la estrategia. Barcelona: Ariel.
18. Preciado, A. (2014). Apoyo de las relaciones públicas a los programas de responsabilidad social en las empresas del sector eléctrico colombiano. Publicado en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852015000100010&lang=es
19. Reyes, J. (2013). Tendencias de la RSE en las empresas cucuteñas. Publicado en <https://docplayer.es/55464919-Tendencias-de-la-rse-en-las-empresas-cucutenas.html>