

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Especialización en Comunicación Organizacional



UNIVERSIDAD DE  
MANIZALES

Estudio de caso

La Responsabilidad Social Empresarial empieza por casa. Visibilizarla es un deber.

Caso: Periódico La Patria

Viviana Andrea Gómez Gómez

Junio 2014

Asesor del escrito:

Alberto Bedoya. Magister en Educación. Especialista en Comunicación Organizacional.  
Comunicador Social y Periodista. Licenciado en Filosofía y Letras. Profesor de la  
Especialización en Comunicación Organizacional.

Acerca de la autora

Viviana Andrea Gómez Gómez. Comunicadora Social y Periodista. Periodista Judicial en el  
periódico Q'Hubo y La Patria.

Ha trabajado como periodista y presentadora de deportes en el noticiero TVA Noticias.

También se desempeñó como asistente de jefe de prensa del Concejo de Manizales y asistente  
de producción del programa infantil Bichos del canal RCN.

El presente trabajo es para optar por el título de especialista en Comunicación Organizacional  
de la Universidad de Manizales.

Cualquier correspondencia con respecto al escrito, puede ser enviada al correo

[viangogo@gmail.com](mailto:viangogo@gmail.com)

## Presentación

El presente estudio de caso se refiere al valor que tiene la Responsabilidad social Empresarial (RSE) en la economía global del ahora, haciendo que las acciones sociales se conviertan en la razón de ser de la organización y por ende que esta las de conocer.

También hace énfasis en el valor de la RSE en el siglo XXI, pero no solo las prácticas sostenibles y responsables, sino la forma en que se hace visible ante la sociedad. Da a conocer que las acciones de RSE son estrategias que involucran a la empresa, en este caso La Patria, en un proceso que beneficia. También con los trabajadores, con el medio ambiente y con la satisfacción de necesidades de los demás colaboradores. Todo lo anterior de manera permanente en el tiempo y apuntándole a la triple línea base de la RSE, ambiental, económica y social como lo nombra Velasco, Roldan y Solarte (2011).

Este texto muestra que la RSE implica que las empresas desarrollen una visión integral del futuro que tenga la organización considerado por la comunidad, por lo que es importante mostrar lo que se está haciendo en ese campo. Además, ayuda a que se modifiquen los procesos o se ajusten para tener buenas prácticas de RSE, y lo que lleva al éxito, se adquieren nuevas formas de organización que promueven los liderazgos internos. Cabe recordar que, según Arnold Hyalt citando por Vives y Estrella (2011). " no se puede conducir una empresa saludable en una sociedad enferma".

## Justificación

Con este escrito se pretende identificar cómo hacer visible la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Periódico La Patria entre sus trabajadores y demás colaboradores. Además, reconocer cuáles son sus prácticas responsables, congruentes y comprometidas en el bienestar de la comunidad que de una u otra manera contribuyen al mejoramiento de la organización, en aras de ofrecer una mejor calidad en cuanto a contenidos y estabilidad de los agentes involucrados en las diferentes actividades que es compromiso de todos. Entender que mostrar la RSE no es obligación, pero sí un deber con la sociedad, pues hay que dar a conocer que La Patria está cumpliendo con prácticas responsables sostenibles.

Lo anterior se soporta en la pregunta que le surgió al gerente general de La Patria, Nicolas Restrepo, sobre ¿cómo hacer visible la RSE que tiene su empresa? La pregunta está enfocada a las necesidades y viabilidad de transmitir sus ideas y proyectarlas a prácticas más convincentes. Es indudable, que al final de una evaluación y cuando los trabajadores son sometidos a una autoevaluación, los impactos de la RSE se dejan sentir con mayor rigor. Por consiguiente se plantean interrogantes frente a la responsabilidad que deben asumir con los productos arrojados de la empresa. La responsabilidad implica "el juzgarse así mismo con relación a los propios ideales y a la conciencia, alude incluso a la rendición de cuentas que uno debe hacer ante otro debido a una obligación o compromiso asumido" (Schvarstein 2003. P. 69).

## Objetivo

Resaltar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial de La Patria entre los stakeholders o colaboradores, teniendo en cuenta que ésta primero se construye en casa, seguidamente se hacen prácticas externas y después se visibiliza, ya que es un deber con la sociedad.

## Objetivos Específicos

- Dar a conocer qué procesos se catalogan dentro de la responsabilidad social empresarial en el quehacer de La Patria.
- Mostrar que la responsabilidad social empresarial es fundamental dentro del ámbito interno y así proyectarlo a la esfera social.
- Plantear algunas iniciativas de relevancia para empezar a construir un manual de responsabilidad social empresarial y encontrar la manera de cómo hacerlo visible en La Patria.

## Metodología

Para el tratamiento de este estudio de caso (cómo hacer visible la responsabilidad social empresarial de La Patria y la importancia de esta) se realizaron entrevistas directas con la Jefe de Recursos Humanos, que contribuyó a describir el panorama de todas aquellas actividades que se podrían ver enmarcadas dentro de la RSE. Con esto se pudo evidenciar qué prácticas responsables tiene la organización y cómo operan. (Ver anexo 1).

Para entrar a mirar si los colaboradores saben de las acciones que tiene la empresa sobre RSE, se hicieron grupos focales de tres áreas de la empresa con seis personas para cada uno (administrativos, periodistas y trabajadores de planta), y a través de un conversatorio se les hizo preguntas acerca de la RSE de La Patria, qué acciones consideran ellos que tiene La Patria en RSE y si eran socializadas ante los colaboradores. (Ver anexo 2).

## Caracterización

Editorial La Patria S.A. fue fundada el 20 de junio de 1921 por un grupo de amigos, encabezado por Francisco José Ocampo, y motivado por crear un órgano de difusión de ideas políticas en defensa de la candidatura del general Pedro Nel Ospina, del Partido Conservador, a la Presidencia.

Posteriormente, en 1940, el diario fue adquirido por José Restrepo Restrepo en compañía del ecuatoriano Gustavo Larrea Córdova, que posteriormente vendió su participación. El entonces propietario construyó la sede en la carrera 20 con calle 22 de Manizales, donde funcionó La Patria hasta noviembre de 2006 cuando se trasladó a la actual sede en la carrera 20 con calle 46, barrio Saenz.

La casa editorial ha crecido en materias periodística y laboral. De contar solo con el periódico, actualmente tiene otros órganos informativos como el periódico popular Q'hubo - una franquicia compartida con otros medios impresos regionales-, el portal en Internet lapatria.com y LPTV Noticias, como incursión en la televisión regional.

Además tiene en la web el semanario especializado en fútbol Nuevo Estadio e imprime el periódico El Colombiano que circula en Caldas.

También tiene la empresa Plega Pack, la cual fabrica cajas de cartón para cualquier objeto y creó Servicios Logísticos de Colombia, organización que se encarga de la distribución del periódico puerta a puerta, lectura de contadores y entrega de facturación.

Se construyó con el objetivo estratégico de potenciar el uso de recursos tecnológicos y financieros, así como de conocimiento y gestión, hacia nuevas oportunidades de negocio y mejoramiento de las actuales. La razón de ser de la empresa es múltiple, aporta bienes y servicios que eleva sustancialmente el nivel de vida de toda la comunidad.

Tiene como visión: "nos dedicaremos a impulsar el desarrollo humano de la comunidad a la que servimos a través de la producción, comercialización y divulgación de contenidos noticiosos, informativos, culturales, publicitarios y de opinión de interés regional con visión global y alta calidad, por medios escritos y electrónicos, en un marco de incidencia, transparencia, respeto, veracidad, pluralismo, innovación y ética para con el público".

Como misión: "en el 2015 La Patria seremos el medio preferido por nuestros coterráneos adultos y jóvenes, dentro y fuera de las fronteras geográficas de la región. Contando con una audiencia de 220 mil personas diarias en promedio, llegando a través de diferentes canales de comunicación como encuentro informativo y cultural de la comunidad, ofreciendo gran variedad de contenidos y de opciones de expresión en medios escritos y electrónicos.

Igualmente para ese año seremos el mayor comercializante de impresos en Caldas, por la línea de integración de empaques y una de los 10 mayores impresos en papel periódico en Colombia por la continuidad de nuestro compromiso con el servicio, factor que nos distingue".

## Prácticas de RSE de La Patria

La Patria tiene acciones de Responsabilidad Social, pero no están amarradas o enmarcadas en este ámbito. Simplemente cumple con las normas legales, más no se rige en las guías y estándares para la RSE.

De acuerdo con lo que se nombró anteriormente, el programa de RSE primeramente debe estar enfocado en el público interno: colaboradores, y por extensión a sus familias. A continuación se darán a conocer las actividades que tiene la empresa según la tipificación de Bestraten y Pujol en la Nota Técnica de Prevención NTP 644, (citados por Velasco, Roldán y Solarte 2011) la cual indica que las responsabilidades sociales empresariales se pueden clasificar en primarias, secundarias y terciarias (más adelante se ampliarán). Cada una de ellas toca los puntos de: Respeto al individuo: equidad y diversidad; distribución de los beneficios de la empresa; desarrollo profesional y empleabilidad; cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo y participación de los empleados en la gestión de la empresa: Estas son las acciones de RSE internas que tiene La Patria

### Respeto al individuo: equidad y diversidad

- La empresa cuenta con un código de ética. Cada que un empleado nuevo entra se le entrega.
- Cuenta con auditorías permanentes.
- Los procesos de selección se dan bajo prueba psicotécnica y de conocimiento. Los empleados actuales pueden participar en la selección.
- Existe horario flexible de acuerdo a las necesidades.
- Los colaboradores cuentan con todos los instrumentos de trabajo para hacer sus deberes.

#### Distribución de los beneficios de la empresa

- Cuenta con bonificación por desempeño y cumpliendo en cierta áreas de la empresa. En ocasiones hay bonificación a comienzo de año para periodistas por las ventas obtenidas en el años anterior.
- Existen diferentes auxilios para los trabajadores.
- Hay bonificación por la antigüedad.

#### Desarrollo profesional y empleabilidad

- Ofrece un auxilio para los hijos de los empleados de planta de bajo recursos para su estudio. Esto a través de la fundación que tiene la empresa, Alejandro Restrepo Restrepo.
- Capacitaciones continuas para cada área de trabajo.
- Fortalecimiento en el idioma inglés.

#### Cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo.

- Cumplimiento de las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo salud y seguridad.
- Cumplimiento de los estándares de ISO 14.000 y 18.000 en relación con salud y seguridad ocupacional.
- Capacitaciones de seguridad industrial.
- Promoción de espacios lúdicos y de recreación. Campeonatos interáreas de cualquier deporte.
- Jornadas de salud para los empleados.

#### Participación de los empleados en la gestión de la empresa

- Comunicación interna abierta y rápida.
- Cuenta con comité de bienestar, innovación, calidad y salud ocupacional.

#### Familia de los colaboradores

- Fiesta para la familia e hijos de los colaboradores. Día del niño, fin de año, día de la familia. Vacaciones recreativas y capacitaciones en vida familiar y crianza.
- Cuenta con fondo de empleados.

Cabe aclarar que las anteriores actividades hacen parte del bienestar laboral que tiene la empresa hacia sus stakeholders, pero también son acciones que se incluye en la RSE.

En cuanto la Responsabilidad Social Empresarial externa, La Patria cuenta con varias acciones, que como se hizo mención, tampoco están enmarcadas en este tema.

Una de ellas es una obra que viene hace más o menos 14 años, la cual en un principio se llamó Barrio Amigo. Esta nació en el barrio El Jazmín de Manizales, después de un incendio que hubo y varias familias se quedaron en la calle.

Desde años atrás, en Navidad siempre se consiguen ayudas para sus habitantes y a los niños del barrio se le hace la fiesta y se les entregan los regalos, los cuales salen de cada uno de los

colaboradores de la empresa que voluntariamente apadrina a un niño/a. Es decir, es un acto de gana gana, más no un hecho de regalar , como anteriormente se tomaba la RSE.

Más tarde nació la Fundación Alejandro Restrepo Restrepo. A causa de su muerte, su esposa decidió dedicar sus utilidades y dividendos en apoyo educativo, ya que él era socio de La Patria y poseía acciones. En la fundación se le brinda estudio a las niñas del barrio El Jazmín en colegio Divina Providencia, ubicado en el barrio San José de Manizales. Además, brinda estudio a jóvenes discapacitados y a los hijos de lo empleados de planta de escasos recursos.

Otra de las labores en el tema de RSE es el apoyo a la cultura y fundaciones sin ánimo de lucro.

En cuanto a prácticas con el medio ambiente, La Patria está comprometida así: tiene iniciativas y desarrolla campañas de innovación y preservación del medio ambiente. En la segunda semana de abril del presente año lanzó bolsas reciclables para llevar a los supermercados. Esto en convenio con almacenes de cadena y la Alcaldía.

Con Corpocaldas maneja el tema del reciclaje del papel periódico. Tiene un programa que se llama Corpoinfantil en donde se le explica a los niños y adolescentes de dónde sale el papel periódico.

En otras prácticas responsables, el periódico trabaja con tintas ecológicas. Se nutre del papel de las empresas canadienses Catalyst Paper y Resolute Forest Products Inc. Ambas trabajan con el tema de sostenibilidad. Catalyst se dedica al reciclaje y Resolute es el mayor

gestor de bosques certificados Forest Stewardship Council en todo el mundo. Trabaja con las prácticas de gestión de bosques sostenibles y manejan los tres pilares de la sostenibilidad y en los que se basa la RSE: medioambiental, social y económica.

Por último está el programa Prensa Escuela, el cual acoge colegios, universidades, jardines infantiles y empresas para la enseñanza del periódico. Con esta labor se hacen visitas presenciales a la empresa para que la gente vea cómo se trabaja y en qué consiste. También se dictan charlas sobre qué es La Patria y su importancia.

La responsabilidad social empresarial, un juego entre ser y parecer.

Las primeras agrupaciones que surgieron en América Latina con respecto a la RSE trataron lo social y económico, sin dejar a un lado las crisis que se vivían en cuanto a esos ámbitos. Según el texto de Forum empresa, Red de RSE de las empresas (2013) dice que las empresas nacieron entre los años 1960 y 1990; las pioneras de la región fueron la Asociación Empresarial para el Desarrollo de Costa Rica (1961), la Asociación de Empresarios Cristianos de Paraguay (1981), el Centro de Divulgación del Conocimiento Económico de Venezuela (1984), y el Centro Mexicano para la Filantropía (1988). (p. 1).

En los años noventa tomaron auge las organizaciones empresariales de RSE, y al mismo tiempo se inició la RSE como parte central de la empresa y no como una actividad paralela. En esta misma década se organizó la primera cumbre de Rio (1992) donde nació el concepto de desarrollo sostenible, como complemento de la RSE. Fue entre 1990 y el 2000 que nacieron el World Business Council for Sustainable Development (1992), Business for Social Responsibility de Estados Unidos y su homólogo Canadiense (1992 y 1995), Instituto Ethos de Brazil (1998), CSR Europe (1995) y el Pacto Global (2000), entre otros. (p. 1).

Después de que el concepto de RSE tuvo más acogida, se habló de que comunicar las acciones de responsabilidad social empresarial es el reto que ahora tienen las organizaciones y se convierte en un desafío que afronta tanto de forma interna como externa.

La RSE lleva muchos años siendo acogida por las empresas con empoderamiento, o en caso contrario, por cumplir desde sus comienzos cuando era vista y confundida o identificada con acciones filantrópicas, donde las prácticas eran actos de donar, regalar dinero, bienes o servicios.

Caravedo (2011) indica que "las empresas se crean para producir bienes y servicios para satisfacer necesidades. Las demandas de los consumidores son las expresiones de las necesidades sociales insatisfechas. Si una empresa produce un bien y servicio que no corresponda a una necesidad no será demandado. Y si ello ocurre no prosperará" (p. 31).

Sin embargo, el actual enfoque es mucho más centrado y coherente en el ahora. Ya hay una dirección corporativa que incluye la sociología de las relaciones laborales, y lo más importante, la comunicación. Aquí es cuando se empieza a ver que el concepto amplía las fronteras, aunque todavía hay empresas que fallan a la hora de hacer visibles sus esfuerzos en este sentido, caso puntual en lo que corresponde a este escrito, La Patria.

Esta empresa tiene prácticas responsables sostenibles (mencionadas anteriormente), pero en el momento no saben si pertenecen al tema de RSE, mucho menos cómo hacerla visible entre sus colaboradores y la sociedad. Lorenzo (2012) asegura que no solo hay que serlo, sino también parecerlo, la reputación nada menos es lo que está en juego.

Un ejemplo claro de prácticas de RSE que tiene la La Patria es el programa Prensa Escuela, el cual tiene una larga y extensa trayectoria de 23 años de actividades en el país. La Patria lo adoptó hace 20 años.

Éste surgió por la firma de un convenio entre Andiaros, la Organización de Estados Iberoamericanos y el Ministerio de Educación en 1993. Su objetivo fue elevar la calidad de los procesos de enseñanza, logrando un aprendizaje en diferentes áreas curriculares, mejorando el acercamiento a la información, los procesos comunicativos escolares y proporcionando elementos para comprender los hechos de la actualidad nacional con actitud reflexiva y crítica.

En 1998 dicho convenio finalizó. Gracias al trabajo que de manera conjunta realizaron los periódicos del país y la comunidad educativa en general, se han llevado a cabo procesos de enseñanza-aprendizaje que fortalecen el uso de la prensa como herramienta educativa a lo largo de estos años. El programa se ha extendido a cientos de colegios y escuelas en casi todas las regiones del país.

La utilización del periódico por parte de los maestros en las distintas competencias educativas, además de ser una enseñanza activa, genera en los estudiantes conocimientos universales, profundos y permanentes. Estas actividades permiten que el alumno desarrolle capacidades de redacción, investigación, análisis, síntesis, entre otras.

El periódico es utilizado por los docentes como un elemento didáctico, interdisciplinario, generador de opiniones y de juicios.

Su objetivo es llevar el periódico al aula de clase para estimular su relación con la realidad y dinamizar su vida estudiantil, desarrollando el interés por temas de actualidad de orden nacional e internacional. Proponer el uso del periódico en el desarrollo de procesos

referidos a áreas como matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, educación física, educación, artística, filosofía, ética, religión, tecnología, lenguaje y humanidades.

Fortalecer los procesos de elaboración del proyecto educativo institucional (PEI), en los cuales el periódico como estrategia didáctica, facilite la interpretación y el análisis de la realidad como elementos de importancia.

Colaborar en la definición de estrategias de orden pedagógico con el fin de que sean cada vez más activas, favoreciendo procesos de aprendizaje mutuo del profesor y el alumno, de los estudiantes y sus padres.

El programa se desarrolla en los siguientes periódicos: Diario del Otún (Pereira), El Colombiano (Medellín), El Espectador (Bogotá), El Universal (Cartagena), La Crónica (Quindío), La Opinión (Cúcuta), La Patria (Manizales), Meridiano de Córdoba, El Heraldito (Barranquilla) y El Tiempo (Bogotá).

También la utilización del periódico en el aula de clase es un programa desarrollado en varios países del mundo y fomentado por organismos internacionales de prensa como:

World Association of Newspapers - WAN, NIE Sociedad Interamericana de Prensa y SIP  
Programa el Diario en la Educación.

No solo es producir

Independientemente a que las empresas produzcan un bien o servicio, no significa que están cumpliendo con RSE, mucho menos que trabaja con sus colaboradores de la mano.

Según Caravedo (2011) una buena RSE se da gracias a la interrelación entre los siguientes

factores: "trabajadores, inversionistas, los recursos ambientales y laborales; y los espacios sociales en donde se desenvuelven para producir" (p. 38).

El gerente de ISA Colombia (empresa multinacional dedicada al transporte de energía eléctrica, transporte de telecomunicaciones, concesiones viales, operación y administración de mercados y construcción de proyectos de infraestructura) le expresó en una oportunidad que La responsabilidad social es un factor estratégico que aporta ventajas competitivas a las compañías. Su estrategia es unificar los distintos procesos; manejo de recurso humano, relación con la comunidad, accionistas, proveedores y clientes, en una misma dirección.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que todo comienza por casa; hay que arreglarla bien para poder que entren y así reflejar una buena reputación.

Según Velasco et al. ( 2011) dicen que "en las múltiples aproximaciones al significados de responsabilidad social empresarial, se incluye de formar constante y recurrente la noción de grupo de interés o stakeholders. Es posible sugerir que el grupo de interés que debe considerarse en primera instancia en la puesta en marcha de un programa de responsabilidad social, es el público interno: los colaboradores, y por extensión , sus familias" (p.53).

Los anteriores autores sugieren que las prácticas de Responsabilidad Social internas estén divididas en Responsabilidades primarias, inherentes a la actividad específica de la empresa; Responsabilidades secundarias, mejora los efectos resultantes de la actividad

específica de la empresa, más allá de los mínimos exigibles. Se despliega hacia los grupos de interés; por último están las Responsabilidades terciarias, las cuales van a las actuaciones de la empresa encaminadas a mejorar determinados aspectos.

Cada clasificación trabaja con seis temáticas (Respeto al individuo: equidad y diversidad; distribución de los beneficios de la empresa; desarrollo profesional y empleabilidad; cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo y participación de los empleados en la gestión de la empresa) que fueron con las que se clasificaron las acciones que tiene La Patria.

Con lo que describió anteriormente se puede visibilizar que la responsabilidad social tiene múltiples significados, que al final todos vienen dando la misma respuesta. Velasco et al (2011) en su libro citan algunos conceptos de responsabilidad social.

K. Davis dice que la responsabilidad social se refiere a las decisiones y acciones de los hombres de negocios tomadas, al menos parcialmente, por razones más allá de los intereses económicos o técnicos del director de la empresa. Este autor planteó la llamada 'ley de hierro de responsabilidad'.

W. Frederick planteó que la responsabilidad social implica una postura pública hacia los recursos humanos y económicos de la sociedad y buena voluntad para ver que esos recursos sean usados para fines sociales amplios y no simplemente para los restringidos intereses de la empresa y personas privadas.

Para J. McGuire la idea de responsabilidad social no solo incorpora responsabilidades sociales y económicas, sino también otras obligaciones con la sociedad que se extiende más allá de estas. Como ejemplos de estas obligaciones menciona que la empresa debe tomar interés en política, en el

bienestar de la comunidad, en educación, en la felicidad de sus empleados, y de hecho, en todo el mundo social que lo rodea. (p. 16).

Todos estos conceptos tocan la triple línea de valor, la cual se basada en tres pilares: valor social, valor ambiental y valor económico. Según Luttuada (2012) esta línea articula los siguientes conceptos: valores y transparencia, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y sociedad, público interno, medio ambiente y código de ética.

En general, el concepto de RSE agrupa una visión global de la sociedad y del desarrollo que tiene la empresa, entiendo que éste contribuye a la mejora de la calidad de vida de las personas. Además se define por la relación ética con todos los públicos que maneja, sin embargo, primero hay que empezar a ejecutarla en casa y después fijar metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable y sostenible de la sociedad, teniendo en cuenta los recursos naturales, la cultura, la diversidad y lo más importante: el ser humano prima sobre cualquier práctica responsable.

## La importancia de la comunicación en la RSE

Una comunicación en la organización debe ser coherente entre lo que se dice y lo que se hace. Deber ser veraz y completa. Ésto ayuda a que la reputación y supervivencia de la empresa se mantenga en pie y al mismo tiempo que la gestión empresarial se muestra sin rodeos a los stakeholders internos y externos.

Es importante tener en cuenta que se deben utilizar estrategias y tácticas que cumplan con los objetivos propuestos, que incorporen a la totalidad de los grupos de interés con la comunicación de la la empresa.

Para lo anterior, los programas de RSE habrán de ser desarrollados atendiendo a los intereses y prioridades de todos. Lorenzo (2012) en su texto manifiesta que "La sistematización, sincronización e instauración de fuertes redes entre la empresas y sus stakeholders forma parte del nuevo reto que todas las compañías responsables habrán de acometer. La importancia de comunicar es innegable". (p. 1).

La comunicación va más lejos de transmitir información por medio de un canal. La verdadera comunicación es aquella que se retroalimenta. Por eso comunicar el desarrollo ético y sostenible de una compañía a sus colaboradores y resto de la sociedad, establecer apropiados canales de diálogo con stakeholders, hacer llegar los mensajes correctos es fundamental en una organización, ya que contribuye al crecimiento positivo.

Una investigación de la sección chilena del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) afirmaba en 2001 que "comunicar la Responsabilidad Social Empresarial

(RSE) hacia adentro de la empresa y hacia la comunidad es uno de los desafíos que permitirán fortalecer la RSE".

Este tema de comunicación es muy importante en lo que concierne a este trabajo. Con lo anterior quedó claro qué es la RSE, qué prácticas tiene La Patria así no las tengan enmarcadas en ese proceso y cuál es la importancia en ejecutarla y darla a conocer primero a los colaboradores. Por lo menos tiene un camino recorrido, en cuanto a las acciones que valoran, cuidan y protegen a los trabajadores. Todo un conjunto correlacionado que hace de La Patria un periódico modelo en relación a otros periódicos ya que tiene en cuenta a sus empleados en las prácticas de RSE internas.

Aquí el papel de la comunicación es fundamental. Una comunicación sustentable como lo expresa Lattuada (2012): "adquiere una dimensión aún mayor, en la que magnifica su esencia, la de generar sinergia entre el contenido, el mix de herramientas seleccionado, la comunicación de los programas, la persuasión en la búsqueda de adhesión de los públicos y la construcción de cimientos en estrategia definida" (p. 169).

Estos cimientos se refieren a que con la buena comunicación se logre que los interlocutores (colaboradores o stakeholders) se llenen de identidad de la organización y tengan clara cuál es la filosofía de la organización, y lo más importante, que conozcan cuáles son esas prácticas de responsabilidad sociales que se tienen con ellos y con lo externo.

Dicha bases deben cumplir con lo que en esencia es la comunicación, informar, pero no solo transmitir y transmitir información, sino que haya retroalimentación, y que como lo indica la evolución de la comunicación, que sea todo horizontal.

La importancia de hacer visible la RSE, va más allá de figurar; es una acción de comunicar, de que la empresa se vuelva protagonista ante sus colaboradores y la sociedad, aquella que siempre tiene los ojos puestos en las empresas.

Paladino, Álvarez Tejeiro, (citados por Lattuada 2012) afirma que la comunicación tiene tres consideraciones interesantes. Aquí se empieza a ver qué tan importante es la visibilización de la RSE. Habla de esa primera consideración que es la "comunicación de la verdad" (p. 173). En ella hay que hacer un análisis previo para que haya coherencia entre cómo actúa la empresa y lo que informa. Esto significa que cuando se comunica algo hay una promesa, una promesa de veracidad, además se genera curiosidad, la cual se tiene que cumplir. Cuando se hacen visibles esas prácticas de RSE ante los colaboradores se logra una meta win win, es decir un gana gana; gana la empresa, gana sus empleados, y por ende, gana la sociedad.

La segunda consideración es la integridad empresarial. "Coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, es decir consistencia entre lo dicho y la acción" (p. 174).

El cual es arrojado por la misión misma de la empresa, ya es un pilar de la proyección de la ella.

Por último está la integridad personal. "Esto implica un salto realmente creativo, que es dejar de pensar la empresa y la comunicación de RSE en el sentido promocionarse a sí mismas, sus actividades y sus productos, para abordarla desde su esencia misma, desde donde debería nacer la RSE, para luego ser gestionada y luego comunicada" (p. 181).

En esta época las organizaciones deben tener un profesional en comunicación, que oriente con eficiencia la gestión de la RSE, ya que no basta con solo tener acciones, sino saber cómo comunicarles.

Finzi (2003) dice "hablar de la de la RSE significa hacer alusión al valores, a la ética, al comportamiento, a la sana disciplina, al respeto por el otro, al cuidado del medio ambiente, al desarrollo equilibrado, a la economía justa. Hablar de RSE significa, en suma, hablar de futuro" (p. 10).

Para culminar este tema, se debe tener en cuenta valorar la importancia de la comunicación en cualquier ámbito, ya que a través de ella los colaboradores conocen su empresa y también el resto de comunidad, logrando que sea aceptada y que haya confianza de la opinión pública para tener seguridad en todas las operaciones y en los productos.

Lo que en el ahora tiene La Patria. Resultados

Los resultados que mostraron los grupos focales que se hicieron en La Patria para saber qué tanto sabían de la RSE de la organización fueron preocupantes.

La entrevista que se efectuó con la jefe de Recursos Humanos evidencio que La Patria toma como RSE todas aquellas acciones sociales, económicas y ambientales que se hacen con el público externo. Tienen enmarcado que la fundación, la ayuda económica que se le brinda a los niños del barrio El Jazmín y el trabajo ambiental, son las únicas prácticas que creen que hacen parte de RSE. En ningún momento se hizo alusión a los colaboradores y todas las acciones que se describieron anteriormente, que según lo leído son fundamentales para empezar a construir la RSE en casa.

También quedó claro que la empresa no tiene un plan de acción de RSE que se puede hacer desde el área de recursos humanos, ya que no cuenta con un especialista en comunicación organizacional. Por ende, esto lleva a que no tengan ningún esquema de visibilización de la RSE de la organización.

Por consiguiente, la respuesta de los grupos focales es deficiente. Algunos saben que es RSE, pero no se tiene idea de qué prácticas hay en su empresa. Asumen que el tema está implícito en los principios empresariales, la misión, la visión, valores, objetivos y políticas que dicen cómo debe regir la empresa.

El concepto de RSE de los colaboradores es filántrópico, dar y brindar ayuda. Sin embargo, tienen alguna noción de lo ambiental, pero ahí se queda.

Los colaboradores no tienen idea que la empresa tiene una Fundación, construida por la esposa de un miembro de la familia Restrepo, creadores del periódico. Tampoco saben que le brindan ayuda estudiantil a las niñas del barrio El Jazmín y mucho menos que los hijos de algunos colaboradores son subsidiados en el estudio por parte de la fundación. Aún más, ignoran que las acciones que tienen con ellos hacen parte de la RSE.

En cuanto al público interno, los colaboradores no relacionan el concepto de RSE con todos los beneficios que ellos tienen. No tienen claro que esto empieza por casa y que los principales integrantes son ellos y sus familias.

Crean que las practicas que tiene la empresa en cuanto a los colabores y que según los significados de RSE hacen parte del tema, es lo mínimo que puede hacer La Patria por ellos. Una vez queda al descubierto que el significado que tienen sobre RSE está enmarcado en lo externo y en el cuidado con el medio ambiente y las ayudas que puedan brindar.

La explicación que se tiene sobre el vago conocimiento de RSE que posee los colaboradores de La Patria, es que nos les gusta figurar y mucho menos vender imagen.

Además, que hay acciones que no todos deben saber, como por ejemplo, lo del estudio para los hijos de algunos colaboradores, ya que todos querrán el beneficio.

En cuanto al poco conocimiento de las prácticas de RSE con los colaboradores, se evidencia que no tienen claro el concepto y no incluye a sus trabajadores en el tema.

Lo que le queda por hacer en La Patria

La RSE, como bien se ha dicho durante este escrito, se presenta como un tema de relevancia tanto a nivel nacional como internacional. Todavía hay muchas preguntas sobre este abordaje que no tiene respuestas, pero existen puntos clave, uno de ellos es la importancia de hacer visible todas las prácticas de responsabilidad, lo que debe ser un deber de las organizaciones.

Dado a esto, a continuación se darán algunas sugerencias para que La Patria pueda a empezar a trabajar con el tema de RSE, ya que se concluyó que aún no es posible hacer visible la RSE de esta, cuando ni siquiera se tiene conformada y cuando todas las acciones no están agrupadas en RSE.

Se sugiere que lo primero que debe hacer la organización es observar los diferentes enfoques y tener claro el concepto de RSE enmarcado en la triple línea base: ambiental, social y económica, y qué acciones son pertinentes en cada una de ellas. Es de compromiso de la empresa revisar minuciosamente las diferentes guías, estándares internacionales y modelos iberoamericanos para darle un manejo asequible a aquellas prácticas que son inherentes de La Patria y así enmarcar un rumbo que conduzca a tan nombrada empresa a que continúe siendo modelo dentro de los múltiples periódicos que existen en Colombia y ser la pionera por excelencia en Caldas.

Es interesante consultar algunos autores como Velasco y Roldán (2011) que muestran en su libro Responsabilidad Social Empresarial desde la Gestión Humana p. 31, algunos estándares:

- Globan Reporting Initiative: su misión es elaborar y difundir una guía para la elaboración de informes de sostenibilidad de aplicación mundial.
- Iso 26000 Social Responsibility: Aborda temas sobre el trabajo infantil y los trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo.
- Sge 21 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable: responsabilidad social de todos los miembros frente al conjunto de la sociedad.
- OHSAS 18000: gestión de seguridad y la salud en el trabajo.
- ISO 14000: conjunto de normas que permiten establecer herramientas y sistemas para la administración de obligaciones ambientales.
- Guía Técnica Colombiana en Responsabilidad Social, (GTC 180): mejora continua de la RSE e involucrar a los stakeholders.
- The Global Compact: liderado por las Naciones Unidas, es voluntario y las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones de RSE con diez principios en cuatro áreas.

Lo segundo, se debe crear un plan de acción y un manual de RSE, el cual pasa por una revisión de capacidades, recursos y retos. Un ejemplo de cómo construir este plan es el que muestra Velasco et al (2011 p. 81), el cual es ejecutado por el área de recursos humanos, un insumo importante que tiene La Patria. Este esquema considera que debe llevar los siguientes puntos: contexto general de la empresa, diagnóstico del área de gestión humana y posición

frente a la RSE. Posteriormente se crea el plan de acción el cual previamente debe haber sido consultado. Antes de construirlo se requiere que la alta dirección conozca las expectativas y tenga compromiso para suministrar lo necesario y llevar a cabo el plan.

También, se debe consultar a los colaboradores, ya que el plan está centrado en ellos y en su familia y tener claro lo que quieren de su organización.

Seguidamente está el diseño, el cual consta de objetivos claros, estrategias y acciones para cada propósito. Ya diseñado se procede a comunicarlo a todos los actores de la organización por los diferentes canales que tenga. Aquí juega un papel importante el comunicador organizacional, cargo que debe acoger La Patria para que con sus respectivas funciones de el enfoque que le amerita la RSE y como parte fundamental en la comunicación.

Por último, es la parte de ejecución, retroalimentación y ajuste. Aquí no pueden perder de vista los diferentes criterios que tengan los colaboradores, ya que pueden haber ajustes. El tema de retroalimentación está aliado a la visibilización, punto que le interesa a la organización. Se puede empezar a dar a conocer todos esos procesos de RSE que se tienen, cuáles han sido sus beneficios y considerar algunos puntos que se puedan agregar.

Hay que estar monitoreando la organización para que todo sea sostenible en el tiempo y no se pierda.

Aquí se puede aplicar el Ciclo de Deming o PHVA: planificar, es decir, establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados. Después el hacer en donde se implementan los procesos. Seguidamente está el verificar en donde se realiza el seguimiento y la medición de procesos y productos. Por último el actuar que es la toma de acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

En una palabra, para hacer visible todo lo anterior se puede hacer rendición de cuentas y un informe de gestión. Deben ser estrategias que cumplan con lo propuesto, lo importante es que los colaboradores conozcan la empresa en todos los ámbitos. Después despliega toda esta información a lo externo, a la sociedad, aquella que también tiene derecho y debe saber qué es lo hace La Patria en cuanto a la RSE.

Es importante resaltar que la La Patria apenas está empezando a tener importancia sobre el tema de RSE y la inclusión en sus prácticas empresariales.

Este es un proyecto a largo plazo, lo que indica que por lo pronto no se van a ver resultados, lo importante es ya esté en proyección y se quiera ejecutar.

Es pertinente esperar que todo se vaya dando y dar a conocer que tales iniciativas favorecen en un futuro a la empresa y a sus colaboradores, y al final vienen siendo la razón de ser de la organización.

Para las empresas en general la recomendación es que las acciones de RSE hay que hacerlas visibles, primero entre los stakeholders de la organización y después en la sociedad. No se puede olvidar que los empleados son los principales constructores de la reputación, así que si ellos conocen la RSE de la organización pueden dar un buen concepto y obtener más aliados.

Para culminar el presente escrito es importante recalcar que la responsabilidad social empresarial construye el mejoramiento social, económico ambiental. Que no solo las empresas alcancen más visibilidad ante la sociedad, sino que ayuden a la comunidad en

general y que se convierta en una política, activa, responsable y visible. Por tal motivo La Patria debe aprovechar que ya tiene un camino recorrido.

## Referencias

Caravedo, Baltazar . (2011). RSE. Responsabilidad Social de la empresa en América Latina. New York: Banco Iberoamericano de Desarrollo.

Finzi, Sergio . (2003). El Dirmcom y la Comunicación de RSE. Recuperado en:  
<http://www.iarse.org.ard> [pdf]. Consultado mayo 3 de 2014.

Forum empresa. Red de RSE de las empresas. (2013). 15 Años de Responsabilidad Social Empresarial en las Américas. Recuperado en: [http://www.empresa.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2550&Itemid=358](http://www.empresa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2550&Itemid=358). Consultado 3 de mayo.

Latuada, Paola, Abreu, J. Luis y García H. Carlos (2012) *Responsabilidad Social Empresarial: Miradas Plurales, un Interés Singular*. Medellín: Universidad Autónoma Universitaria.

Lorenzo, Beatriz. (2011). Comunicar la RSE. ¿Ser o Parecer?.  
Recuperado de : <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/16086-hoy-rse-comunicar-la-rse-iser-o-parecer-.html>

Paladino, Marcelo (2004). *La Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad*. Buenos Aires: Ariel Ediciones.

Perdiguero, Tomás y Reche, Andrés. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*. Barcelona: Universidad de Valencia.

Velasco, J. Marcela, Roldán, Karem, Solarte, Mónica. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial desde la Gestión Humana*. Cali: Universidad del Valle.

Vives, Antonio y Peinado, Estrella. (2011). *RSE. Responsabilidad Social de la empresa en América Latina*. New York: Banco Iberoamericano de Desarrollo.

Schvarstin, Leonardo. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones*. México, primera edición.

## Anexo 1

Entrevista a la jefe de Recursos Humanos.

### Instrumento

1. ¿La Patria trabaja con el tema de Responsabilidad social?
2. ¿Qué actividades tiene La Patria que ustedes consideren que son Responsabilidad Social Empresarial?
3. ¿Cree usted que la RSE solo se hace externamente y con el tema del medio ambiente?
4. ¿Tienen RSE con los colaboradores?
5. ¿En algún momento le han dado a conocer a los colaboradores las prácticas que ustedes consideran RSE a los colaboradores?
6. ¿Quién se encarga de llevar a cabo todas las prácticas de la empresa?
7. ¿Ven la necesidad de tener una persona competente en comunicación organizacional que intervenga en los procesos de la empresa?.
8. ¿Trabajan con algún estándar internacional o manuales?
9. ¿Qué es la RSE para la Patria y para usted como jefe de Recursos Humanos?
10. ¿Por qué están viendo la necesidad de visibilizar la RSE, cuando ni siquiera la tienen conformada?

## Anexo 2

### Entrevista para los grupos focales

1. ¿Qué significa para ustedes la RSE?
2. Conoce prácticas que tenga La Patria sobre RSE. Responda si o no. Si dice que si indica cuáles.
3. ¿Qué prácticas cree usted que tiene La Patria que podrían estar ligadas al tema de RSE?.
4. ¿Cree que la La Patria tiene RSE con sus colaboradores?